



Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Yeni Trendler IV

Editör:
Prof. Dr. Sinan Sönmez



**Sosyal, Beşeri ve
İdari Bilimler Alanında
Yeni Trendler IV**

Editör:

Prof. Dr. Sinan Sönmez



Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Yeni Trendler IV
Editör: Prof. Dr. Sinan Sönmez,

Genel Yayın Yönetmeni: Berkan Balpetek

Kapak ve Sayfa Tasarımı: Duvar Design

Baskı: ARALIK 2022

Yayıncı Sertifika No: 49837

ISBN: 978-625-8261-88-2

© 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

MUHASEBE MESLEĞİNDE DİJİTALLEŞMENİN SWOT ANALİZİ	9
Öğr. Gör. Ayşe Gül ŞAHİN KOÇAK, Öğr. Gör. Dr. Fatih EKİNLER	
EĞİTİMDE DRAMA	23
Doç. Dr. Nazan KAYTEZ, Öğr. Gör. Bayram DELEŞ	
TAŞKINLARDA RİSK İLETİŞİMİ: TAŞKIN RİSKİ HARİTALARI	37
Prof. Dr. Burcu Öksüz, Dr. Öğretim Üyesi Çağla Melisa Kaya	
ENGELLİ BİREYE SAHİP AİLELERİN DUYGU DÜZENLEMELERİ	55
Dr. Öğr. Üyesi Deniz Şarлак	
PAZARLAMADA POPÜLER YAKLAŞIMLAR: FENOMEN PAZARLAMASI, EWOMM VE OLASI GELECEK	81
Öğr. Gör. Dilek AYDOĞDU	
MUHASEBE MESLEĞİNDE HAKSIZ REKABET VE YAPILAN DÜZENLEMELER	105
Meltem TOKER, Doç.Dr.Duygu CELAYİR	
DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE DÖNÜŞEN KÜLTÜR VE KİMLİK	125
Doç. Dr. Emel Demir Askeroğlu	
ALT-KÜLTÜR GRUPLARINDA SAPMAYI VE SUÇU ARAŞTIRMAK	141
Ercan GEÇGİN	
JEAN-JACQUES ROUSSEAU'NUN DÜŞÜNCE DÜNYASINDA TOPLUMSAL DÜZEN VE SİVİL TOPLUM FİKRİ	159
Doç. Dr. Ercan GEÇGİN	

GÖLYANI OBASI'NIN (YAĞLIDERE – GİRESUN) GÜLEZ YÖNTEMİNE GÖRE REKREASYON POTANSİYEL DEĞERİ	183
Bilim Uzmanı Abdullah ESER, Doç. Dr. Eren ŞENOL	
ERZURUM YÖRE SAKİNLERİNİN COĞRAFI İŞARETLERE YÖNELİK TUTUMLARININ ANALİZİ	205
Öğr. Gör. Dr. Erkan DENK, Doç. Dr. Nilgün SANALAN BİLİCİ	
LOJİSTİK FAALİYETLERDEN KAYNAKLANAN MALİYETLERİN BELİRLENMESİNDE KULLANILAN MALİYETLEME YÖNTEMLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	229
Öğr. Gör. Dr. Fatih EKİNLER	
HİS VE DÜŞÜNCELERİN KUŞAKLAR BOYUNCA ÇATIŞMASI: Zeytin Ağacı Dizisi Örneği*	253
Doç. Dr. Fatma KALPAKLI, Prof. Dr. Arif SARIÇOBAN	
FİZİKİ COĞRAFYADA MEKÂNSAL ENTERPOLASYON YÖNTEMLERİ	269
Fatma YAMAN ÖZ, Emre ÖZELKAN	
ÖRGÜT BÜYÜKLÜĞÜ KARAR VERMEYİ NASIL ETKİLER?	287
Doktora Öğrencisi Fatma Yeşilkuş, Doç. Dr. Onur Başar Özbozkurt	
PAZARLAMA ALANINDA YENİ TRENDLER	303
Dr. Öğr. Üyesi Gazal CENGİZ	
OKUL YÖNETİMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM	313
Doç. Dr. Gönül ŞENER	
SOSYAL PİYASA EKONOMİSİNDE DEVLET ANLAYIŞI	329
Prof. Dr. Haluk Egeli, Doç. Dr. Güngör Özcan	

PETROL FİYATLARININ TÜRKİYE’NİN CARİ AÇIĞINA ASİMETRİK ETKİSİ: ARDL VE NARDL UYGULAMASI	337
Dr. Öğr. Üyesi Hacı Ahmet Karadaş, Prof. Dr. Ahmet Şengönül	
DÖVİZ PİYASASI VE DÖVİZ PİYASASI BASKI ENDEKSİ YAKLAŞIMLARI	359
Şirin Aşkar, Doç. Dr. Hakan Eryüzlü	
MAĞAZACILIK VE REKLAMCILIKTA “ÇEVİRİMİÇİ” DÖNEMİ	375
Handan GÜLER İPLİKÇİ	
ENSTALASYON BAĞLAMINDA SARKİS ZABUNYAN	389
Öğr. Gör. Handan Sabriye YAMAN	
AVRUPA’DA ABD HEGEMONYASININ BİR ARACI OLARAK UKRAYNA SAVAŞI	401
Dr. Osman Tekir, Dr. İbrahim Attila Acar	
KONJOİNT ANALİZİNİN TÜKETİCİ ARAŞTIRMALARINDA KULLANIMI ÜZERİNE BİR UYGULAMA: BOYA SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ	419
Aytaç KESKİNLİ, Dr. Öğr. Üyesi İsmail DURAK	
SAĞLIK HİZMETLERİNDE ETKİNLİK DEĞERLENDİRİLMESİNDE KULLANILAN TEKNİKLER	435
Dr. İzzet AYDEMİR	
ORTAÖĞRETİME DEVAM EDEN ERKEK ÖĞRENCİLERİN PROBLEM ÇÖZME BECERİLERİNİN İNCELENMESİ	449
Zeynep TEZEL, Kübra ARSLAN	
TEZKİRE-İ ŞU’ARÂ-YI MEVLEVİYYE’DE MEVLANA’NIN MESNEVÎ’Sİ	469
Mehmet Nuri Çınarcı	

GELİŞMİŞ ÜLKELERDE AR-GE HARCAMALARI YOKSULLUK İLİŞKİSİNİN ANALİZİ*	483
Doç. Dr. Mehmet ŞENGÜR, Müslime SÖZEN	
ÇAY SEKTÖRÜNDE MARKALARIN INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ	499
Dr.Öğr.Üyesi Mehmet TATOĞLU	
ESKİ TÜRKLERDE TIP	521
Mehmet Turgut BERBERCAN	
ÖRGÜTSEL SESSİZLİK VE YAŞAM DOYUMU ARASINDAKİ İLİŞKİ: BİŞKEK YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ ÖRNEĞİ	537
Doç. Dr. Mehmet Ulutaş	
KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KENDİ KENDİNE LİDERLİK VE İŞ YAŞAMININ KALİTESİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: BİŞKEK ÖRNEĞİ	553
Doç. Dr. Mehmet Ulutaş	
RİTUELİN İCADI TÜKETİM MALLARI İÇİN KUTLANAN ÖZEL GÜN VE HAFTALAR	573
Merve ÇERÇİ	
E-BELEDİYE HİZMETLERİ: FETHİYE BELEDİYESİ ÖRNEĞİ	585
Dr. Öğr. Üyesi Mesut Koç	
İŞE BAĞLAYICI LİDERLİK(ENGAGING LEADERSHIP)	599
Doç. Dr. Mustafa BABADAĞ	
İHRACAT PERFORMANSINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER: MINT ÜLKELERİ ÖRNEĞİ	615
Necip DÜNDAR	
RASYONEL SEÇİM TEORİSİ VE TURİZM ARAŞTIRMALARINDA KULLANIMI	631
Dr. Öğr. Üyesi Nihat ÇEŞMECİ	

AR-GE HARCAMALARI- GELİR İLİŞKİSİ: KORE CUMHURİYETİ ÖRNEĞİ için KUZNETS EĞRİSİ BAĞLAMINDA SINIR TESTİ ANALİZİ	647
ÖZGÜR ÖZAYDIN, ANIL DAĞDEMİR	
BANKA ÇALIŞANLARINDA DEĞİŞİME KARŞI DİRENÇ	661
Dr. Mehmet ÖZ, Öğr. Gör. Pınar KURT, Prof. Dr. Fikret ÇANKAYA	
TURİZM VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİNDE BİLGİSAYAR DESTEKLİ EĞİTİMİN UYGULANABİLİRLİĞİ: SİMÜLASYON YAKLAŞIMI	679
Şerif BALDIRAN, Öcal USTA ²	
YAPAY SİNİR AĞLARI, REGRESYON VE ZAMAN SERİLERİNİN DÖVİZ KURU TAHMİNİNDE UYGULANMASI: BİR LİTERATÜR TARAMASI	701
Cengiz TURGUT, Süleyman ŞAHİN	
ÇOCUK SUÇLULUĞUNU AZALTMADA YEREL YÖNETİMLERİN ROLÜ	723
Sanem BERKÜN	
KİLİS BEYİ CANBOLAD BEY VAKFI	743
Serhat KUZUCU, Mehmet EVRAN	
ENCÜMEN-İ DANIŞ'IN KURULUŞ GAYESİ VE HEDEFLERİ	763
Doç. Dr. Turgut SUBAŞI	
ÖRGÜTLERDE KARANLIK ÜÇLÜ: MAKYAVELİZM, NARSİZİZM VE PSİKOPATİ	781
Tolga ALTINTAŞ, İsa İPÇİOĞLU	
SON DÖNEM DÜNYA MEDYASINDA KÜRESEL GIDA KRİZİ VE PANİK ETKİSİ	801
Dr. Öğr. Üyesi Tuba PEHLİVAN	

"ALP KADINDAN FENOMENLİĞE" KÜLTÜREL BİR DEĞİŞİM YOLCULUĞU*	821
Berrin SARITUNÇ	
RUSYA-UKRAYNA SAVAŞINDA TÜRKİYE’NİN ARABULUCULUK ROLÜNÜN RASYONALİTESİ	835
Abdullah TORUN	
DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE İNSAN KAYNAKLARI FONKSİYONLARI VE PAZARLAMA FONKSİYONLARI	849
Fulya ODUNCU	
DİJİTAL İLETİŞİM VE İŞ BİRLİĞİ AÇISINDAN COVID-19 YÖNETİMİ	867
Ferhat Onur AĞAOĞLU, Lokman Onur EKİNCİ	
FÜRUZAN’IN “HARAÇ” ÖYKÜSÜNÜN ANLATI ÜSLUBU AÇISINDAN BİR İNCELEME	881
Beril UĞURLU	

MUHASEBE MESLEĞİNDE DİJİTALLEŞMENİN SWOT ANALİZİ

Öğr. Gör. Ayşe Gül ŞAHİN KOÇAK¹

Öğr. Gör. Dr. Fatih EKİNLER²

*¹Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi/Akseki MYO
ORCID: 0000-0003-4235-4627, aysegulsahin0784@gmail.com*

*²Şırnak Üniversitesi/Silopi MYO
ORCID: 0000-0002-4584-4173, fekinler@hotmail.com*

GİRİŞ

Muhasebe, işletmelerin belgeli mali nitelikteki işlemlerini günlük olarak kayıt altına alan bir fonksiyonudur. Bu fonksiyon işletmelerin günlük gerçekleştirdiği mali nitelikli işlemleri kayıt altına alarak nitelikli temel finansal ve finansal olmayan tabloların sunulmasını sağlamaktadır. Bu durum potansiyel yatırımcıları işletmeye yönelmesine ve kredi kuruluşlarından ihtiyaç duyulan finansman ihtiyacının temin edilmesine olanak sağlayacaktır. Böyle bir finansal ve finansal olmayan verinin elde edilmesi muhasebe eğitiminin yeterli düzeyde alınması ile mümkün olmaktadır.

Muhasebe eğitimi, ticaret liselerinde ve üniversitelerde önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora seviyesinde verilmektedir. Bu eğitim bireyin işletme, işletmenin aktif ve pasif yapısı, varlıklarını, kaynaklarını, gelir ve giderlerinin hangi hesaplarda kayıt altına alınacağını, günlük mali kayıtlarının nasıl yapıldığı, dönem sonunda hesapların nasıl kapatılacağı, ödenecek verginin tespiti ve elde edilen kar/zararı ortaya koymayı sağlamaktadır. Dijital uygulamalar ile elde edilmesi düşünülen bu sonuç tek bir tuş yardımıyla hesaplanmakta ve bu bilgiye ihtiyaç duyanlarla paylaşılmaktadır. Muhasebe mesleğinde dijitalleşme özellikle pandeminin ortaya çıkması ile hız kazanmış ve sürekli olarak yeni dijital uygulamaların ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır.

Çalışmada muhasebe mesleğinde dijitalleşme sonucunda ortaya çıkan “e-Fatura, e-Arşiv Fatura, e-Serbest Meslek Makbuzu, e-Müstahsil Makbuzu e-İrsaliye, e-Gider Pusulası, e-Bilet, e-Dekont, e-Sigorta Poliçesi gibi dijital ortamda düzenlenen belgeler ve e-Defter” gibi uygulamaların muhasebe mesleğine etkileri açıklanmaktadır. Özellikle konumuz çerçevesinde muhasebe mesleğinde dijitalleşmenin SWOT analizi yapılarak güçlü ve zayıf yönlerin, fırsatlar ve tehditlerin neler olduğu açıklanmaktadır. Bu çalışma ile bundan sonraki süreçlerde bu ve benzeri konularda çalışma yapmak isteyenlere muhasebe mesleğinde dijitalleşmenin nasıl bir etki yaratacağı açıklanmış olacaktır.

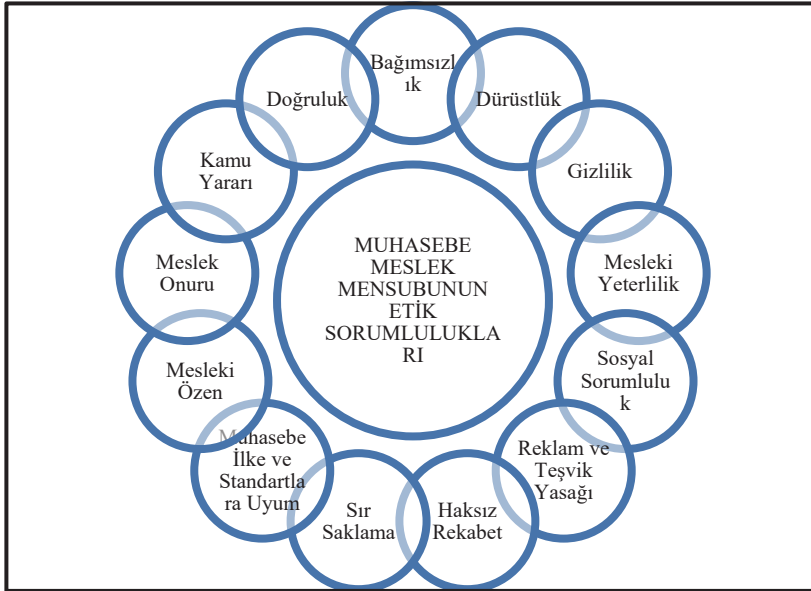
1.Muhasebe Mesleği

Muhasebeden bahsedebilmek için ilk olarak işletmenin tanımının doğru yapılması ve muhasebenin işletmeler için önemi vurgulanmalıdır. İşletmeler, kar elde etme, işletmenin sürekliliği ve sosyal fayda yaratma gibi birçok farklı amacı benimseyen, sınırsız bir ömre sahip olduğu kabul edilen, işletmenin sınırsız insan ihtiyaçlarını mal satışı veya hizmet sunumu yaparak gerçekleştiren, ulusal ve küresel çevre değişimlerinden etkilenen, çıkar gruplarına finansal ve finansal olmayan verileri finansal tablolar aracılığıyla sunan ve her faaliyet dönemi sonucunda elde ettiği kar üzerinden devlete vergi ödeyen ekonomik birimler olarak ifade etmektedir (Uzun, 2019a: 102). Muhasebe günlük hayatta kullanılan

bir kavram olmakla birlikte işletmelerin önemli bir fonksiyonu olarak işlemlerin yürütülmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Muhasebe bir bilim dalıdır. İşletmelerin gerçekleştirdiği günlük işlemleri kayıt altına almaktadır. Genel bir tanım yapılacak olursa muhasebe, işletmelerin varlıkları ve kaynakları üzerinde değişim yaratan mali nitelikli işlemlerin ulusal para cinsinden hesaplanması kaydedilmesi, sınıflandırılması, özetlenmesi, raporlanması, analiz edilmesi ve yorumlanması sonucunda çıkar gruplarına finansal veri sunan bir bilim dalı olarak tanımlanmaktadır (Özulucan v.d., 2007: 20).

Muhasebe eğitimi ise çıkar gruplarına sunulması düşünülen finansal verilerin kaliteli olmasını sağlayan bir süreci ifade etmektedir. Muhasebe eğitimi mesleki liselerde, üniversitelerin ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora programlarında verilmektedir. Bu eğitimi alan öğrenciler hem kamu hem de özel sektörde istihdam edilmektedir. Doğal olarak direkt olarak devletin elde ettiği vergi gelirlerinin hesaplanmasında aktif rol oynamaktadırlar. Bu nedenden dolayı muhasebe eğitimi alan her bir öğrencinin mesleğin etik kuralları konusunda eğitilmesi zorunlu olmaktadır. Muhasebe meslek etiği aşağıda Şekil 1’de açıklanmaktadır.

Şekil 1: Muhasebe Meslek Mensuplarının Uyması Gereken Etik Kuralları



Kaynak: Uzun ve Ş. Koçak, 2022, 6. Ankara Bilimsel Araştırmalar Kongresi ss.328-337

Bu etik kurallara önem gösteren her öğrenci mesleğe başladığında neden vergi toplandığını sorgulamak yerine doğru verginin tespit edilmesi üzerine yoğunlaşmaya çalışacaktır. Bu anlayışın Türkiye’de muhasebe mesleğini hem profesyonel hem de profesyonel olmayan yollarla gerçekleştirmekte olan tüm muhasebe meslek mensuplarına kazandırılması şarttır. Profesyonellikten kasıt belli aşamaları sınavlar aracılığıyla geçmiş ve mesleği yapmaya hak kazanmış ve yasal geçerliliği olan belgeye sahip olmasıdır (Uzun, 2019b: 2938).

Muhasebe mesleği kanuni bir altyapıya 1989 yılında yürürlüğe giren 3568 Sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik kanunu ile kavuşmuştur. Bu kanunda muhasebe mesleği, meslek elemanları ve mesleğin kapsamı açıkça ifade edilmiştir (Aydemir, 2015: 72). Fakat bu kanunda muhasebe meslek mensubu unvanlarında değişiklik yapılmıştır. Bugün Türkiye’de muhasebe meslek mensubu denince akla “10/7/2008 tarihli ve 5786 sayılı Kanun’un 19’uncu maddesiyle değiştirilen 3568 Sayılı Kanun’da tanımlanmış Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavir” gelmektedir.

Türkiye Serbest Muhasebeci, Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB) muhasebe meslek mensuplarını yeterliliğini ölçmek ve unvan verme konusunda Türkiye’de yetkili tek kuruluştur. Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik Staj Yönetmeliği 1992 yılında TÜRMOB tarafından oluşturulmuş ve Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. 1997 yılında yönetmelik üzerinde yapılan bazı düzenlemeler ile bugünkü halini almıştır. Bu yönetmelikle, aday meslek mensuplarının mesleğe ilk girişleri, yetiştirilmeleri ve mesleğe hazırlanması için staj programlarının geliştirilmesi, stajlarda uygulanacak değerlendirme yöntemleri ve diğer uygulamalar yazılı esaslara bağlanmıştır (Akın ve Özdaşlı, 2014: 60-61). Ayrıca 1993 yılında Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Temel Eğitim ve Staj Merkezi (TESMER) kuruluş, çalışma yöntem ve esasları hakkındaki yönerge yayınlanmış ve TÜRMOB’un denetimi ve koordinasyonu ile stajyer meslek mensuplarının staj, eğitim ve değerlendirme sınavları bu merkezler aracılığı ile yürütülmeye başlanmıştır. TESMER, aynı zamanda meslek mensuplarının meslek içi eğitimlerini de yapmaktadır (Yardımcıoğlu vd., 2006: 173).

2.Muhasebe Bilgi Sistemi

İnternet, tüm dünyada yaygın bir şekilde kullanılan, sürekli olarak gelişim gösteren ve bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan bir iletişim ağı olarak ifade edilmektedir (Güney, 2014: 854). Bu iletişim ağı sayesinde işletmelerin iş yapma şekilleri değişikliğe uğramış ve üretim süreçlerinde kullanılan yeni yazılımlar

sayesinde işletme çıktılarının verimliliği artış göstermiştir (Ghasemi, 2011: 113). Bu verimlilik artışı işletmeleri daha dijital uygulamalara yöneltmiş ve otomasyona dayalı üretimler gerçekleştiren işletme sayılarını artırmıştır.

Kurumsal firmalar dışında bireysel kullanımlar açısından da bilgisayar ve internet kullanımının artış göstermesi hem kurumlara hem de vatandaşlara yönelik e-devlet uygulama sayısının artmasına katkı sağlamıştır. Dijital dönüşüm sayesinde bilgi teknolojilerinde yaşanan değişim ve gelişmeler birçok iş kolu gibi muhasebe mesleğinin de gelişimine katkı sağlamıştır. Pandemi süreci ile daha da önem kazanan dijital uygulamalar muhasebe mesleğinde de dijitalleşmenin hızını artırmıştır. Yeni yazılımlar ile birlikte fiziki olarak kullanılan kağıtlar üzerinde gerçekleştirilen işlemler yerini dijital uygulamalar üzerinde gerçekleştirilen işlemlere bırakmıştır. Bu geçiş sürecinin işletmeler (mükellefler), muhasebe meslek mensupları ve çıkar grupları açısından sorunsuz olarak gerçekleştirilmesi için işletmelerde muhasebe bilgi sisteminin (MBS) doğru bir şekilde tasarlanmış olması gerekmektedir.

Lim (2013) çalışmasında MBS'yi bilgi ve teknoloji sistemleri alanına dahil edilmiş bir araç olarak ifade etmektedir. Yönetim bilgi sistemlerinin en eski ve önemli unsuru olarak ifade edilen MBS (Gökdeniz, 2005: 87), genel olarak işletmelerin çıkar grupları olarak nitelendirilen başta devlet olmak üzere potansiyel yatırımcılar, alacaklılar, çalışanlar, vergi daireleri, sivil toplum kuruluşları, ve ortaklara finansal ve finansal olmayan bilgileri toplamaya, işlemeye ve iletmeye odaklanmıştır (Dandago ve Rufai, 2014: 660). Bu nedenle MBS hem finansal hem de finansal olmayan verilerin doğru bir şekilde işlenmesi ve doğal olarak sürecin verimliliğini doğrudan etkilemektedir.

MBS, işletme yönetiminin doğru kararlar almalarında etken rol oynayan hem finansal hem de finansal olmayan bu verilerin toplanması, işlenmesi ve depolanmasından sorumludur (Belfo ve Trigo, 2013: 537, Lim, 2013: 94). Sistemin birçok farklı tasarımı bulunmaktadır. Bunun temel nedeni bilginin toplanması ve raporlanmasını etkileyen faktörlerin bulunmasıdır. Ayrıca sistemin tasarımı yapılırken işletmenin büyüklüğü, işlem hacmi ve organizasyon yapısına dikkat edilmelidir. Lim (2013) çalışmasında MBS'nin dört temel amacı olduğunu açıklamış ve MBS tasarlanırken bu amaçların işletmeler tarafından doğru analiz edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu amaçları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

➤ MBS'de ilk amaç, işletmenin maliyet-fayda ilişkisini kurabilmesini sağlamaktır. Daha açık bir ifade ile çıkar gruplarına sunulacak hem finansal hem de finansal olmayan bilgilerin hazırlanma maliyeti, bilgilere ihtiyaç duyan çıkar gruplarına sağladığı faydadan fazla olmamalıdır (Amidu v.d., 2011: 152).

➤ MBS’de ikinci amaç, işletmenin kontrol ilkesine önem vermesi gerektiğidir. Diğer bir ifadeyle işletmenin varlık ve kaynak hareketlerini takip etmesi hırsızlık ve dolandırıcılık olasılığını en aza indirmeye çalışmasıdır.

➤ MBS’de üçüncü amaç, işletme bünyesinde bulunanların uyumluluk ilkesi içerisinde faaliyetlerini gerçekleştirmesi gerektiğidir. Başka bir ifadeyle işletme organizasyon yapısının çalışanlarla uyumlu olmasını ifade etmektedir.

➤ MBS’de dördüncü amaç ise, işletme yapısının esnek olması gerektiğidir. Bu ilke ile kastedilen olası farklı işlem hacimlerinde, işletmenin yaşanan değişimlere anında karşılık verebilmesini ifade etmektedir.

MBS, herhangi bir işletme için tasarlanırken Lim (2013) tarafından tanımlanan dört amaca dikkat edilmesi tasarlanan MBS’nin kalitesini artıracaktır.

3.Muhasebe Mesleğinde Dijitalleşme Süreci

Muhasebe mesleği işletmelerin bünyesinde önemli bir yeri bulunan ve toplumun gelişimine ve değişimine katkı sağlayan bu işletmelerin sürekliliğini sağlamaya çalışan aynı zamanda devlet ile işletmeler arasında köprü görevi üstlenen bir meslek olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle meslek, dijitalleşme etkisiyle uygulamaların değiştiği ve gelişim gösterdiği günümüz koşullarında kısa sürede yeni uygulamalara uyum sağlamak zorundadır. Özellikle yaşanan pandemi süreci dijital dönüşümün hızlanmasına katkı sağlamıştır. Bu süreç yüz yüze iletişimi neredeyse tamamen bitirmiş ve yeni iletişim kaynaklarına yönelmeye neden olmuştur. Muhasebe mesleği, mükellefler ve devlet arasında köprü görevi görmesinden ötürü her iki taraf ile sürekli olarak yüz yüze iletişim kurmak zorundadır. Bu zorunluluğun yerine getirilmesi dijitalleşme ile ortaya çıkan uygulamalar üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Dijitalleşme sonucunda ortaya çıkan gelişmelere paralel olarak, bilginin önemi de değer kazanmıştır. Bilgi, işletmelerin diğer işletmelerle rekabet edebilmesini sağlayan bir güçtür. Bu gücü elinde bulunduranlar insan ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla yeni teknolojik uygulamaları piyasaya sürmektedir. Muhasebe mesleği de doğru bilgilerin elde edilmesini sağlayan bir meslek olduğundan bu bilgiye ulaşmak isteyen tüm çıkar grupları tarafından önem verilen bir meslek olmaktadır. Bu nedenle meslek mensubu olarak görev yapanların mesleki bilgiye, deneyime ve meslek etiğine sahip olması ve hem mükellefinin hem de devletin çıkarlarını korumalıdır (Yürekli ve Gönen, 2015: 304).

Muhasebe mesleğinde dijitalleşme ile ilgili ilk gelişme ihtiyari de olsa vergi beyannamelerinin bildirimi ve eklerinin dijital ortamda 01 Ekim 2004 tarihi itibari ile düzenlenmesi olarak ele alınmaktadır. Bu durum pandemi döneminde zorunlu hale gelmiş ve gerçek usulde vergiye tabi tutulan hem gelir hem de

kurumlar vergisi mükelleflerine herhangi bir hadle sınırlı olmaksızın elektronik ortamda gönderilme zorunluluğu getirilmiştir (VUK Genel Tebliğ, Seri No: 340). Bu yaklaşım ile başlayan dijitalleşme süreci sonrasında birçok dijital muhasebe uygulamasının ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır. Bu uygulamalara örnek olarak “e-Fatura, e-Arşiv Fatura, e-Serbest Meslek Makbuzu, e-Müstahsil Makbuzu e-İrsaliye, e-Gider Pusulası, e-Bilet, e-Dekont, e-Sigorta Poliçesi gibi dijital ortamda düzenlenen belgeler ve e-Defter” uygulamaları gösterilebilir. Bu belge ve dökümanların ne zaman ve hangi şartlarda hazırlanması gerektiği ve hangi uygulamaları zorunlu olarak kullanacağı 509 Sıra No.lu VUK Genel Tebliği’nde açıklanmaktadır. Pandemi sürecinde dijitalleşme sadece evrakların düzenlenmesi ve bildirim konularında değil aynı zamanda yapılacak toplantı, alınacak veya verilecek eğitimler, iş görüşmeleri, sözleşme oluşturma ve imzalanması konularında da etkisini göstermiştir. Bu bağlamda da dijital iletişim uygulamaların kullanımı artış göstermiş ve Teams, Zoom, Skype gibi uygulamalar ile iletişim sorunlarını sanal toplantılar düzenleyerek çözüme kavuşturmuştur.

4.Muhasebe Mesleğinde Dijitalleşmenin SWOT Analizi

Dijitalleşme ve etkilediği meslekler arasında muhasebe meslek mensupları da yerini almaktadır. Dijitalleşme olgusu ile işletmeler otomasyon sistemlerine yönelmiş ve yeni üretim sistemleri ortaya çıkmıştır. Dijital dönüşüm, işletmelerin maliyet sistemlerini de etkilemiş ve otomasyona dayalı sistemleri kullanan işletmelerin direkt işçilik maliyetlerinin azalmasına buna karşın genel üretim maliyetlerinin artmasına neden olmuştur. Bu bölümde dijitalleşme sürecinin muhasebe mesleğine etkileri güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler kapsamında ele alınacaktır.

4.1. Muhasebe Mesleğinde Dijitalleşmenin Güçlü Yönleri

Muhasebe mesleğinde yaşanan dijitalleşme ve uygulamaların dijital platformlar kullanılarak gerçekleştirilmesi işletmeler, muhasebe meslek mensupları ve çıkar grupları açısından pozitif etkilerin ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır.

➤ Defterler üzerinde gerçekleştirilen işlemlerin kısılması ile çıkar gruplarına bilgi verme süresi kısaltmakta ve daha fazla potansiyel yatırımcılara ulaşma imkanı elde edilebilmekte,

➤ İstenilen yer ve zamanda internetin sorun olmaması koşuluna bağlı olarak bütün verilere ulaşılabilmesi, birçok verinin sisteme kısa sürelerde tanımlanabilmesi ve daha fazla işlemin gerçekleştirilmesine olanak sağlaması,

- Mükelleflerin doğru bilgiyi muhasebe meslek mensubuna sunması ve muhasebe meslek mensubunun bu veriler ışığında gerçeğe ve ihtiyaca uygun finansal tabloları oluşturması,
- Kısa sürede elde edilebilen finansal tabloların kredi kuruluşlarından kredi temini için kullanılmasında zamanın verimli kullanılmasına katkı sağlaması ile rakiplere göre daha kısa sürede yatırımları gerçekleştirmek,
- Gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin verilerin dijital muhasebe uygulamalarına girilme sürelerinin kısıtlı olması nedeniyle sonradan fatura vb. belgelerin oluşturulmasının önüne geçilmesi dijitalleşmenin güçlü yanlarını ortaya koymaktadır.

4.2. Muhasebe Mesleğinde Dijitalleşmenin Zayıf Yönleri

Muhasebe mesleğinde yaşanan dijitalleşme ve uygulamaların dijital platformlar kullanılarak gerçekleştirilmesi işletmeler, muhasebe meslek mensupları ve çıkar grupları üzerinde negatif etkilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

- Dijitalleşme ile muhasebe meslek mensuplarının, işin ve mesleğin genel ve temel yapısı nedeniyle, süreç geçişinde diğer mesleklere göre daha fazla sorun yaşamakta ve dijitalleşme eğiliminde olan dünya ile uyumlaşma konusunda geri kalmakta,
- İşletmelerin dijital dönüşüm sonucunda dijital muhasebe uygulamalarına yönelmesi ile bu uygulamaları kullanabilecek kalifiye personel sıkıntısı ortaya çıkmakta,
- Gelir İdaresi Başkanlığı'na erişimde yaşanan aksaklıklar (Orhan, 2017: 63-64),
- Dijital muhasebe uygulamalarında gerçekleştirilen hatalı işlemlerin karşı tarafın izni sonucunda düzeltilebilir olması,
- İletişim maliyetlerinin artış göstermesi,
- Dijital muhasebe uygulamaları konusunda uzman kişilerden alınacak eğitim maliyetleri ve uygulamaların sürekli güncellenmesi sonucunda bu maliyetlere sürekli katlanması dijitalleşmenin zayıf yönlerini ortaya koymaktadır.

4.3. Muhasebe Mesleğinde Dijitalleşmenin Fırsatları

Muhasebe mesleğinde yaşanan dijitalleşme ve uygulamaların dijital platformlar kullanılarak gerçekleştirilmesi işletmeler, muhasebe meslek mensupları ve çıkar grupları açısından yeni fırsatların oluşmasına katkı sağlamıştır.

➤ Mükellef tarafından beyan edilen verilerin sisteme kısa sürede yüklenmesi

➤ Evrak maliyetlerinin azalması,

➤ Evrak tüketiminin azalması ile ağaç kesiminin azalmasına katkı sağlamak,

➤ Mükellef, muhasebe meslek mensubu ve devlet arasında gerçekleştirilecek işlemlerde yaşanması muhtemel zaman kaybının önlenmesi,

➤ Potansiyel yatırımcılar ile kısa sürede bilgi paylaşımının gerçekleştirilmesi

➤ Belgelerde yapılabilmesi muhtemel hataların en aza indirgenmesi ile hata maliyetleri azaltılması dijitalleşmenin fırsatları olarak tanımlanmaktadır.

4.4. Muhasebe Mesleğinde Dijitalleşmenin Tehditleri

Muhasebe mesleğinde yaşanan dijitalleşme ve uygulamaların dijital platformlar kullanılarak gerçekleştirilmesi işletmeler, muhasebe meslek mensupları ve çıkar grupları üzerinde bazı tehditlerin oluşmasına neden olmuştur. Bu tehditleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

➤ Kullanılan dijital platformlar ve bünyesinde gerçekleştirilen muhasebe verilerinin güvenliğinin riskli olarak nitelendirilmesi,

➤ Muhasebe uygulamalarında bilgiye erişme yetkisi bulunan personellerin bu bilgileri diğer firmalarla, işletmeye zarar vermeyi düşünen bireylerle paylaşma ihtimalinin olması,

➤ Kullanılan veri kayıt cihazlarının yeterli depolama alanına sahip olmaması ve elektrik kesintilerinin sık yaşanması ile veri kayıplarının oluşma ihtimali,

➤ Yaşanabilecek sistemsel sıkıntılar ve çözümüne ilişkin zaman ve maliyet kayıpları,

➤ İlerleyen zamanlarda otomasyon sistemlerinin gelişmesi ile yazılımların ve güncelleme maliyetlerinin katlanabilir fiyat düzeyini aşma ihtimalinin bulunması,

➤ İnsan gücüne ihtiyacın azalması ile genel üretim maliyetlerinin aşırı artış göstermesi dijitalleşmenin tehditleri olarak ifade edilmektedir.

5.Sonuç

Dijital dönüşüm tüm meslekleri etkileyen ve işlemlerin kağıtlar yerine dijital platformlar üzerinde gerçekleştirilmesine olanak sağlayan bir dönüşümü ifade etmektedir. Bu mesleklerin başında da finansal ve finansal verilerin elde edilmesini sağlayan muhasebe mesleği gelmektedir. İşletmeler için yeni muhasebe uygulamalarına geçiş oldukça zor bir süreci ortaya koymaktadır. Bu süreç sadece muhasebe uygulamalarının benimsenmesini değil aynı zamanda çalışanların bu uygulamaları kullanabilmesini ve iletişim tekniklerinin tamamen

değişmesini ifade etmektedir. Süreç birçok avantaj ve dezavantajı beraberinde getirmektedir. Fakat kaçınılmaz bir şekilde işletmeler dijital dönüşüme uyum sağlamak zorundadırlar.

Dijital dönüşüm ülkemizde E-Beyanname, E- Fatura, E- Arşiv Fatura, E- İrsaliye, E-Defter, E- SMM, E- MM, E- Bilet ve E- Gider pusulası uygulamalarını birçok mükellef için yasal bir zorunluluk haline getirmiştir. Böylece bilgi teknolojilerinin muhasebe alanında kullanılması kaçınılmaz hale gelmiştir. Muhasebe uygulamalarında meydana gelen bu dijital dönüşümün bir sonucu olarak muhasebe mesleğinde çalışan personellerin bilgi teknolojilerini iyi bir şekilde kullanabilen nitelikli kişiler olmasını da zorunlu kılmıştır.

Sonuç olarak dijital dönüşüm sayesinde muhasebe mesleğinde zaman tasarrufu, maliyetlerde azalma, nitelikli personel bulundurma zorunluluğu, kağıt israfı gibi birçok konuda işletmelere katkı sunulmuştur. Dijital dönüşümün bu olumlu yanları dışında dijital ortamda kayıtların yapılması için kullanılacak muhasebe yazılım programlarının maliyetlerinin yüksek olması, sürekli güncelleme istemesi, program kullanımına ilişkin personel eğitimlerinin maliyetleri, bilgi güvenlik riskleri, mali bilgileri kayıt altına alan güvenilir personel ihtiyacını doğurması ve sistemsel sıkıntılar da dijital dönüşümün muhasebe mesleği üzerindeki olumsuz yanlarını ortaya koymaktadır.

Kaynakça

1. Akın, O. ve Özdaşlı, K. (2014). Muhasebe Meslek Mensuplarının Mesleki Faaliyetlerinde Uymaları Gereken Etik İlkeler Uyma Düzeyine Yönelik Meslek Mensupları ile Meslek Yüksek Okulu Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin Algıları. *Muhasebe ve Finansman Dergisi* , (63) , 59-74 . DOI: 10.25095/mufad.396477
2. Aydemir, O. (2015). Muhasebe Meslek Mensuplarının Karşılaştıkları Sorunlar Ve Beklentiler. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (67), 71-84 . DOI: 10.25095/mufad.396577
3. Beder, N. (2021). Muhasebe Meslek Mensuplarının Yeni Dünya ile İmtihanı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (1) , 163-184. DOI: 10.18037/ausbd.902591
4. Belfo, F. ve Trigo, A. (2013). Accounting Information Systems: Tradition and Future Directions. *Procedia Technology*, 9, 536-546.
5. Dandago, K. I. & Rufai, A. S. (2014). Information technology and accounting information system in the Nigerian banking industry. *Asian Economic and Financial Review*, 4(5), 655-670.
6. Ghasemi, M., Shafeiepour, V., Aslani, M., & Barvayeh, E. (2011). The impact of information technology (IT) on modern accounting systems. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 28, 112–116. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.023>
7. Gökdeniz, Ü. (2005). İşletmelerde Muhasebe Bilgi Sistemine Yaklaşım. *Muhasebe ve Finansman Dergisi (MUFAD)*, 27, 86-93.
8. Güney, A. (2014). Role of technology in accounting and e-accounting. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 152, 852-855.
9. Özulucan, A., Özdemir, F. S. ve Arslan, S. (2007). Çözümlü Muhasebe Uygulamaları, Siyasal Kitabevi, I. Basım. Ankara.
10. Lim, F. P. C. (2013). Impact of information technology on accounting systems. *Asia-pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*, 3(2), 93-106.
11. Uzun, E. (2019a). “İşletme Büyüklüklerinin Muhasebe Kalitesi Üzerine Etkisi”. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 101-111. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/43544/521418>
12. Uzun, E. (2019b). “Vergi Kayıp ve Kaçaklarının Önlenmesinde Türkiye’de Görev Yapan Muhasebe Meslek Mensuplarının Görev ve Sorumlulukları”. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(43): 2934-2942.
13. Uzun, E. ve Koçak, Ş. A. G. (2022). “Muhasebe İşlemlerinin Raporlanmasında Mükellef ve Muhasebe Meslek Mensubunun Etik

Sorumluluğu ve Uygulanabilirliği”. International Ankara Congress On Scientific Research IV, April 1-3, Ankara, https://www.ankarakongresi.org/_files/ugd/d0a9b7_e18ed3912ac7421693ca68e025ba8440.pdf.

14. Yardımcıoğlu, M., Büyükşalvarcı, A. Ve İyibildiren M. (2006), “Etiksel Açıdan Yeminli Mali Müşavirlerin Sorumluluklarının Konya İli Özelinde İncelenmesi”, Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi, Sayı:11, Aralık, s. 170-180.
15. Yürekli, E., Gönen, S. (2015). Muhasebe Meslek Mensuplarının Nitelikli Meslek Mensubu Yetiştirilmesine Yönelik Önlisans Programından Beklentileri. KAÜ İİBF Dergisi, 6(10), 301-316
16. 3568 Sayılı Kanun, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=3568&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>

EĞİTİMDE DRAMA

Doç. Dr. Nazan KAYTEZ¹,

Öğr. Gör. Bayram DELEŞ²

*¹Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi,
Çocuk Gelişimi Bölümü, ORCID NO: 0000-0001-8232-8947*

*²Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu,
Çocuk Gelişimi Programı, ORCID NO: 0000-0002-7507-240X*

1. Giriş

Eğitimde drama, yaratıcı dramayı içeren bir kavramdır. Dramanın eğitim amaçlı kullanımını ifade etmektedir. Literatürde “*Eğitimde Drama*”, “*Eğitsel Drama*” ya da “*Pedagojik Drama*” şeklinde tanımlanmaktadır. Dramanın eğitimde kullanılması genel olarak iki şekilde ele alınmaktadır. Öncelikle dramanın kendisi bir alan olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte drama başlı başına bir sanat dalı olarak kabul edilmekte ve bu sanat dalının kendine özgü teknikleri katılımcılara öğretilmektedir. Drama ile bazı teknikler kullanılarak yaşanmış olaylar ya da kurgu niteliğinde yaşanması mümkün olan olaylar canlandırılır. Bu süreçte kişi hem kendini geliştirir hem de karşısındaki kişilerle iletişim kurarak birçok yönden desteklenir (Genç, 2010).

Drama ayrıca okullarda bir ders konusunun ya da bir ünite başlığının öğretilmesinde bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Çocukların okulda bir konuyu öğrenebilmesi için gözlem yapabilmeleri ve öğrenme sürecine aktif olarak katılmaları gerekmektedir. Dolayısıyla eğitim-öğretim sürecinde okul çocuğa zengin bir yaşantı sunmalıdır. Yaşantı, kişinin algıları ve etkinlikleriyle kazandığı bilgi ve becerilerdir ve insan davranışlarının değiştirilmesi ve geliştirilmesinde önemli bir role sahiptir. Ayrıca eğitim süreciyle de yakından ilişkilidir (Başdaş ve Vural, 2017). Adıgüzel (2019)’e göre ezbere yönelik ve aşırı bilgi yüklü okul yaşantısı çocukların öğrenme süreçlerini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle çocuklara etkin bir katılım içeren ve öğrenmede kalıcılığı sağlayan yaşantılara dayalı bir öğretim sunulmalıdır. Bu noktada eğitici drama çocuğun yaşamında önemli bir role sahiptir. Bu bölümde eğitimde dramanın tarihçesi, eğitimde dramanın ilkeleri ve amaçları, önemi, planlanması, özel eğitimde drama ve uygulamalarda liderin karşılaşılabileceği sorunlar hakkında bilgi verilmiştir.

2. Eğitimde Dramanın Tarihçesi

Dramanın 19. yüzyılda Fransa’da Rousseau ile eğitimde kullanılmasıyla başladığı vurgulanmaktadır. Rousseau dramada katılımcıya önem vermiştir ve drama uygulamalarında duyguların yaşanması gerektiğini savunmuştur. Ayrıca dramanın yaygınlaşması için açık hava festivalleri önermiştir. Rousseau’nun fikirlerinden yola çıkılarak daha sonraki yıllarda İngiliz eğitim sisteminde “*çocuk merkezli eğitim*” benimsenmiş ve 1889–1893 yıllarında açılan okullarda çocuk merkezli eğitime geçilmiştir (Çalışkan ve Karadağ, 2014). Eğitimde dramanın ilk uygulamaları da bu okullarda görülmüştür. İlk drama dersi niteliği taşıyan uygulamayı ise bir köy öğretmeni olan Harriet – Finlay Johnson (1904) yapmış ve *Dramatik Öğretim Yöntemi* adında bir kitap yazmıştır. Johnson’a göre çocuklar sadece öğrenmek istedikleri zaman öğrenirler ve çocuklarda öğrenme isteği oluşturmanın en güzel yolu da dramayı yani “*miş gibi*” yapmayı

kullanmaktır (Gönen vd, 2003). 1917 yılında ise Henry Caldwell Cook “*Oyun Yolu*” başlıklı kitabında oyun etkinliklerinin eğitimin temeli olduğunu vurgulamış, kapsamlı bir oyun programı hazırlamıştır. Ayrıca masum bir çocuğu dünyaya tecrübesiz göndermeye karşı çıkmış, “*Çocuğu oyunlar yoluyla yaşama alıştırmak gerekir*” görüşünü savunmuştur. Peter Slade ise dramaya kendine özgü bir yorum getirmiştir. Dramada, sürecin önemli olduğunu vurgulamış, 1954 yılında “*Çocuklarla Drama*” adlı kitap yazmıştır. Slade’nin öğrencisi Brain Way, yaratıcı dramayı “*yaşamın uygulaması*” olarak tanımlamıştır. Ona göre yaratıcı drama, sadece okulda bir ders olmayıp insanların bireysel gelişimiyle yakından ilgidir. 1967’de “*Drama Yolu ile Gelişim*” adlı kitabı yazmıştır (Adıgüzel, 2019).

Yaratıcı dramanın öğrenme için etkin bir yöntem olduğunu savunan kişilerden birisi de Dorothy Heathcote’dur. Ona göre yaratıcı drama yaşamın bir pratiğidir ve her alanda kullanılmalıdır. Dorothy Heathcote “*katılımcı öğretmen*” anlayışı ile yaratıcı dramaya farklı tanımlamalar getirmiştir. Öğretmenin role girmesi tekniği onun en bilinen tekniğidir. İnsanı keşfetmek için drama, uzman rolü yaklaşımı, yuvarlanan rol ve komisyon modeli olmak üzere dört drama modeli bulunmaktadır (Çetinkaya, 2021).

Gavin Bolton da eğitimde dramaya önemli katkı sağlamıştır. Ona göre yaratıcı drama bir grupta gerçekleştirilir ve tüm bilgiler birlikte oluşturulur. Öğretmen bu süreçte çok önemlidir. Yaratıcı drama hem eğitsel hem de sanatsal bir etkinliktir. Bolton, çocukların bilgilenme sürecinde edilgen olmalarını kabul etmemiş, öğrenme sürecinde çocuğun aktif olması gerektiğini savunmuştur (Adıgüzel, 2019).

Eğitimde dramanın Türkiye’de tarihi incelendiğinde 1980 yılından önceki ve sonraki dönem olmak üzere iki dönem şeklinde ele alındığı görülmektedir. 1980 yılından önceki dönemde drama eğitimde varlığını çok fazla hissettirememiştir. Dramanın ve dramatik etkinliklerin eğitimde ele alınması, Osmanlı Döneminin son yıllarına dayanmaktadır. 1908’de Baltacıoğlu İstanbul’da okullarda tiyatroya yer vermiş, Meşrutiyet Dönemi eğitiminin ders programlarına “*Tarihi Temsiller*” adı altında eklemeler yapılmıştır. Yine “*Mektep Temsillerinin Usul-i Tedrisi*” adıyla dramatik gösteriler düzenlenmiş, tiyatronun eğitim ve öğretim ile ilişkisine değinilmiştir (Adıgüzel 2008). 1926 tarihli ilkökul programında, ilkökulun eğitim ve öğretim ilkeleri bölümünde, temsil (dramatik gösteriler) temel olarak kabul edilmiştir. Daha sonraları ilkökul ve ortaokul programlarında temsil yoluyla canlandırma biçiminde dramatizasyon etkinliklerine yer verilmiş özellikle Türkçe, Tarih, Beden Eğitimi gibi derslerin zaman zaman bu yöntemle verilmesi önerilmiştir. 1943 yılında Selahattin Çoruh “*Okullarda Dramatizasyon*” isimli bir kitap yazmıştır. (ilk basım 1943, 2. basım 1950).

Nevide Gökaydın'ın 1956'da drama-müzik/ drama resim işbirliğini vurgulayan atölye çalışmaları yapmıştır. Emin Özdemir ise 1965'te "*Uygulamalı Dramatizasyon*" isimli kitabı yazmış, dramatizasyonu çocukların taklit güçlerine dayanan doğal bir öğrenme olarak tanımlamış ve dramatizasyon sürecinin çocuk için önemini vurgulamıştır. 1968 müfredat programlarında ise öğretim yöntemi olarak dramadan kısmen söz edilmiştir. 1980'li yıllar Türkiye'de eğitimde yaratıcı drama alanındaki yeni bilimsel bakış ve araştırmaların yoğunlaştığı, eğitimde yaratıcı dramanın bir yöntem, başlı başına bir ders olarak yer aldığı bir dönemdir. Bu süreçte Prof. Dr. İnci San ve Tamer Levent'in önemi büyüktür (Adıgüzel, 2018). 1982 yılında Tamer Levent, Prof Dr. İnci San ile çağdaş boyutta drama uygulamalarının başlamasına öncülük etmiştir. 1985 yılı Türkiye'de yaratıcı dramanın çağdaş kullanımında kamuoyuna açılışın başlangıç yılıdır. Ayrıca 1985'te ilk defa "*Uluslararası Eğitimde Drama*" adında bir seminer düzenlenmiştir. 1985'ten bu yana sanat eğitimi kapsamında ve ayrıca bir öğretim yöntemi olarak dramaya yer veren yayınlar (kitap) çıkmaya başlamıştır (Vural ve Somers, 2016). 1988 yılında "*Oluşum Tiyatrosu ve Drama Atölyesi*" kurularak, drama çalışmalarının kurumsal olarak yürütülmesi sağlanmıştır. 1989 da Prof. Dr. İnci San Ankara Üniversitesi'nde "*Eğitimde Yaratıcı Drama*" adında bir sunum gerçekleştirmiş bu sunum basılmış ve drama ile ilgili çalışmalarda kaynak olarak kullanılmıştır böylece drama da yeni bir dönem başlamıştır. Dramayla ilgili hizmet içi eğitimler ilk defa 1992'de verilmiş, 1997 yılında drama sınıf öğretmenliği, okul öncesi öğretmenliği bölümlerinde zorunlu ders, 2007 de ise eğitim fakültelerinde zorunlu ders olarak yerini almıştır. MEB Talim Terbiye Kurulu 1998'de dramayı ilköğretimde seçmeli ders olarak önermiştir yine 1998'de dramanın özel eğitimde kullanılması ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. 1999 yılından itibaren de dramayla ilgili yüksek lisans programları açılmış çeşitli araştırmalar yapılmıştır (Adıgüzel, 2018; Önder, 2017).

3. Eğitimde Dramanın İlkeleri ve Amaçları

Eğitimde dramanın ilkeleri şu şekilde sıralanmaktadır.

- Etkinliğe katılanlar, yeni ve değişik şeyler keşfetmeye hazırlıklı olmalıdır.
- Dramada gönüllülük esastır.
- Etkinlik süresince katılanlar, kendilerini rahat ve güvende hissetmelidirler.
- Drama etkinlikleri çocuğun yaş ve gelişim düzeyine uygun olarak hazırlanmalı ve kolaydan zora ilkesi göz önünde bulundurulmalıdır (Özgür İşyar, 2017).

- Drama gruba yöneliktir ve grup dinamiklerinden hareket eder. Birden fazla grup varsa bu grupların birbirleriyle fikir alışverişi yapması için fırsat verilmelidir.

- Drama asla seyircilere karşı oynanan bir oyun bir tiyatro gösterisi değildir. İzleyici bulundurmamakla beraber dramadaki oyuncuların izleyici oldukları da unutulmamalıdır.

- Drama etkinliklerinde ödül ya da ceza bir yöntem olarak kullanılmamalıdır.

- Dramada sonuç değil süreç çok önemlidir. Drama sonrası süreçle ilgili konuşulmalıdır (Tobdal, 2004).

Eğitimde dramanın amaçları ise genel olarak aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.

- *Yaratıcılığı ve hayal gücünü geliştirmek*; hayal kurmak çocuğun yaratıcılığını destekleyen bir beceridir. Eğitimde drama, yeni fikirler ve buluşlar ile çocuğun ufkunu genişletmeyi amaçlar.

- *Kendini tanıma, gerçekleştirme ve başkalarıyla iletişim becerilerini geliştirmek*; kendini tanıma sürecinde çocuk kendi iç dünyasıyla iletişime geçer ve bu süreçte hem kendisiyle barışık olmayı öğrenir hem de iletişim becerileri desteklenir. Sözel ve sözel olmayan dil becerileri gelişir (Anderson, 2012).

- *Dramatik tutum ve davranış geliştirmek*; dramada çocuklar olumlu tutum ve davranış geliştirirler, adaletli olmayı öğrenirler.

- *Estetik davranışlar geliştirmek*; çocuğun davranışlarında yaşantı yoluyla amacına uygun olarak belirlenen estetik farklılıklar oluşturma sürecidir. Bu süreçte çocuk bir şeyi özgürce yapma ve özgün ürünler ortaya çıkarma fırsatı yakalar.

- *Eleştirel ve bağımsız düşünebilme becerisi geliştirmek*; drama çocuğa herhangi bir konu ya da olaya kendi özgür iradesiyle yaklaşabilme becerisi kazandırır. Eğitim sürecinde bu beceri önemli rol oynar.

- *İş birliği yapabilmek ve birlikte çalışma becerisi geliştirmek*; eğitimde yaratıcı dramada çocukların bir işi grup halinde yapmaları önemlidir. Çocuklar bu süreçte yardımlaşmayı, paylaşmayı ve işbirliği yapmayı öğrenirler (İlgaz, 2014).

- *Sosyal duyarlılık yaratmak*; eğitimde dramada çocuk rol oynarken empati kurmayı öğrenir. Rol oynadığı kişinin duygularını anlamaya çalışır, hayata onun bakış açısıyla bakar. Birçok sosyal beceriyi kazanır.

- *Duyguların sağlıklı bir biçimde kontrolünü sağlamak*; drama etkinlikleriyle çocuk hem duygularını kontrol etmeyi öğrenir hem de duygusal bir rahatlama yaşar (Önder, 2016).

4. Eğitimde Dramanın Önemi

Dramanın eğitimde kullanılması oyunun güçlü bir süreç olmasından kaynaklanmaktadır. Eğitimde drama, oyun, yaratıcılık ve özgürlüğün gücünü kullanan eğlenceli bir öğretim yöntemidir. Çocuk drama ile görerek, yaşayarak, kavramları somutlaştırarak birçok yeni bilgiler edinir. Eğitimde drama bunun yanı sıra çocuğa, birlikte çalışabilme, belli kuralları öğrenebilme, sorumlulukları yerine getirebilme, özgürce hareket edebilme, başarılı bir iletişim kurabilme, sorunlarla baş edebilme ve yeni yaşantılar kazanabilme gibi fırsatlar sunar (Özçelik, 2019). Yapararak, yaşayarak öğrenilenler eğlenilerek kalıcı hale gelir. Dolayısıyla eğitici drama çocuk merkezli, çocuğu aktif kılan etkili bir eğitim yöntemidir (Selimhocaoglu, 2004).

Eğitimde dramanın yaşanmışlık sağlaması ve gerçekle kurgu arasında bağ kurması önemlidir. Böylece çocuklar hayallerindeki role bürünürler. Öğretmen veya eğitmen, çocukları gözlemleyerek, onların duygu durumları hakkında bilgi sahibi olur (Köksal Akyol, 2012). Saygı, sevgi, paylaşma, nezaket kurallarının öğretiminde dramanın yer alması öğrenme sürecini daha açıklayıcı ve anlaşılır hale getirmektedir (Özgür İşyar, 2017).

Çocuğun dil gelişiminin desteklenebileceği en etkili ortam, doğal ortamlardır. Çocuğun doğal olarak, kendiliğinden katıldığı oyun ortamı eğitim-öğretim süreci için çok önemlidir. Dramanın düşünme, konuşma, sesini doğru kullanabilme, dinleme, anlama, iletişime geçme, iletişimi sürdürme, sözel veya sözel olmayan iletişim dilini kullanabilme gibi dil gelişim alanlarına etkisi büyüktür (Kök ve ark., 2007).

Gerçek yaşamla oyundaki unsurların kesişmesi ve kişiler arası etkileşimin olması eğitimci açısından büyük değer taşır. Drama erken yaşlarda çocuğun kişilik gelişimine katkıda bulunur. Çocuk farklı kişilerle iletişim kurarak, farklılıklara saygı duyma, işbirliği yapma, karşılıklı güven duyma, sorunlar karşısında duyarlı davranma gibi beceriler kazanır. Çocuğun özgüveni artar. Çocuk olaylara daha geniş açıdan bakabilmeyi öğrenir (Genç, 2010).

Drama yeni bir konu, kavram öğretimi açısından da çok önemlidir. Kavranması zor, anlatılması güç konu veya temalar dramayla daha anlaşılır gelir. (Özgür İşyar, 2017). Öğrenilenlerin pekiştirilmesi, somutlaştırılması, düşünmeyi zenginleştirmesi açısından önemlidir (Ömeroğlu ve ark., 2004). Özellikle okul öncesi dönemde çocukların tüm gelişim alanlarını destekler. Çocuk karşılaşacağı problemler karşısında çözüm yollarını deneyerek bulur (Köksal Akyol, 2012). Sorumluluk alma, başladığı işi bitirme, saygı gösterme, sıra bekleme, durum veya olaylar karşısında kendini kontrol edebilme gibi beceriler edinir (Gönen ve Dalkılıç, 2003).

5. Eğitimde Dramanın Planlanması

Eğitimde dramada öncelikle tema seçilmelidir. Tema, dramada öğretilecek konuya yönelik seçimdir. Tema seçimiyle birlikte çocukların ne öğrenmesi gerektiğine dayalı sorulara yanıt aranır. Daha sonra seçilen temaya göre öğretilecek konu ya da durumun en iyi hangi ortamda gerçekleştirilebileceğine yönelik planlama yapılır. Sonraki süreç, çocukların rol seçimidir. Çocukların dramanın konusuna göre hangi role gireceklerine ilişkin yapılan planlamadır. Empatinin daha çok pekişmesi açısından roller çocuklar arasında değiştirilerek drama tekrarlanabilir (Akbaba ve ark., 2003).

Çocuklara rol dağılımı yapılırken öğretmen de rol alabilir. Öğretmen rol alabileceği gibi rol almadan da dramayı dışarıdan yönetebilir. Bir diğer önemli husus ise çerçevenin belirlenmesidir. Bu aşama dramadaki rolleri daha geniş açıdan niteler. Çocukların kendi rollerine hangi perspektiften ele almaları gerektiğini belirler. Drama da odak noktası seçimi de önemlidir. Odak noktası dramanın temasına göre ortada olan problemin çözümüne yönelik olan aşamadır. Diğer önemli hususlar ise eylem seçimi ve püf noktasıdır. Eylem seçimi, dramada çocukların rollerine yönelik ne tür fiili harekette bulunacaklarına ilişkin yapılan planlamadır. Püf noktası ise dramaya henüz başlamadan çocukların dikkatini çekebilmek adına en önemli noktadır. Bu aşamada eğitimci çocukların dikkatini jest mimik kullanarak ya da her hangi bir materyal kullanarak çekebilir (Koç, 2013; Önder, 2013).

Dramanın planlanmasından sonra uygulama aşamasına geçilir. Eğitimde drama, ısınma-hazırlık çalışmaları, canlandırma, değerlendirme- tartışma olmak üzere üç basamaktan oluşur (Adıgüzel, 2019).

Hazırlık-Isınma Çalışmaları: Drama etkinliğinin başlangıç aşamasını oluşturur. Dramaya katılanların hazırlanması, birbirleriyle kaynaşması, ortama uyum ve etkileşim gibi süreçleri içerir. Isınma basamağında çocuk hareket halindedir (Batu, 2017). Bedenini, duyu organlarını kullanarak hem kendi, hem de diğer katılımcılarla ilgili bilgi sahibi olur. Isınma çalışmalarıyla bir diğer aşamaya hazırlık yapılır ve çocuklar oyuna yani canlandırmaya daha istekli katılırlar. Gruptakiler birbiriyle işbirliği içinde olur, bedensel ve ruhsal rahatlama gerçekleşir (Adıgüzel, 2019).

Canlandırma: Canlandırma basamağı, geçmiş bir durum veya olayı tekrar hayata geçirmek, birinin kişiliğini taklit etmek, hayaldeki bir durumu etkin hale getirmek gibi süreçleri içerir. Bu aşamada, doğaçlama, rol oynama gibi farklı teknikler kullanılır. Canlandırma ya da diğer adıyla oyun aşamasında, küçük veya büyük gruplar ya da bireysel çalışmalar yer almaktadır (Okvuran, 2001). Canlandırma veya oyun aşamasında, doğaçlama, rol oynama, pantomim, rol değiştirme, zihinde canlandırma, kukla ile canlandırma, öykülenme gibi

tekniklerden yararlanılır (Çalışkan ve Karadağ, 2014). Lider bu aşamada çocuklara eşlik edebilir veya dışarıdan dramayı yönlendirebilir. Liderin dramaya katılımı, çocukların dramaya olan ilgisini artırır (Önder, 2010; Ritter, 2013).

Değerlendirme- Tartışma: Bu aşama dramanın, katılımcılara, eğitime yaptığı katkılar, liderin vereceği amaçlara ulaşma düzeyi gibi süreçlerin ölçülmesi bakımından önemlidir (Önder, 2016). Değerlendirme aşaması tartışma kısmıyla başlar. Tartışmada yapılan drama uygulamalarında katılımcıların duyguları, yaşadıkları, neler düşündükleri paylaşılır. Katılımcıların beklenen kazanımları edinin edinemedikleri, etkileşimin doğru şekilde yapıp yapılmadığına bakılır (Vural ve Somers, 2016; Ömeroğlu ve ark., 2007). Katılımcıların ilgi ve yetenekleri, farklılıkları lider tarafından gözlenip kaydedilir. Lider, katılımcılara sorular yönelterek hislerini öğrenir. Bu noktada lider önceden soracağı soruları belirlemeli ve planlamalıdır (MEB, 2014). Hazırlanan sorular, canlandırma basamağının hemen arkasından sorulmalı ve değerlendirme etkinliğine geçilmelidir. Değerlendirmeden sonra ise drama çalışmasını pekiştirecek tamamlayıcı etkinliklerden (resim, seramik, oyun hamuru, çalışma sayfaları, dans) yararlanılabilir (Önder, 2010; Winston ve Tandy, 2019).

6. Özel Eğitimde Drama

Özel eğitimde drama, özel gereksinimli çocukların yaşam, sosyal ve iletişim becerilerinin desteklenmesinde önemli role sahiptir. Drama özel gereksinimli çocukların kendilerini ifade edebilmelerine, yaparak yaşayarak öğrenmelerine yardımcı olur. Özel gereksinimli çocuklar için drama etkinlikleri planlanırken farklı öğretim modellerinden yararlanılmaktadır (Aral ve Can Yaşar, 2018). Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır.

Yaratıcı etkileyici model; en fazla kullanılan modeldir. Kişiler arası iletişimi destekleyen, grup içi dinamiği önemseyen bir modeldir. Bu modelde farklı hareket ve ses çalışmaları kullanılmalı, sembolik oyundan taklit oyunlarına doğru bir planlama yapılmalı ve çocuklarla sade, açık ve net ifadelerle iletişim kurulmalıdır (Özgür İşyar, 2017).

Görevler ve beceriler modeli; duygular ön plandadır bununla birlikte sosyal becerilerin öğretilmesi esas alınır. Problem durumun tespiti, iyileştirilmesi ve duyguların yansıtılması önemlidir.

Kendini savunma modeli; bireyin kendi farkındalığının farkına varması esastır. Çocuk ancak bu şekilde kendini ifade edebilir. Hayal dünyasında yaptığı değişiklikleri gerçek yaşamda da değiştirmeye cesaret edebilir.

Özel gereksinimli çocuklarla drama uygulamalarında bireysellik ön planda olmalıdır. Ortam çocukların yetersizlik türleri dikkate alınarak

düzenlenmeli, çocukların gelişim düzeyi, ilgi ve ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalıdır. Uygulamalarda özellikle çocukların günlük yaşam becerilerini destekleyecek etkinlikler seçilmelidir. Tüm etkinlikler basite indirgenerek uygulamaya aktarılmalı, yönergeler net ve anlaşılır olmalıdır (Aral ve Can Yaşar, 2018; Özyiğit, 2011).

7. Uygulamalarda Liderin Karşılaşabileceği Sorunlar

Öğretmen/lider, eğitimde drama uygulamaları öncesi veya sırasında bazı sorunlarla karşılaşabilmektedir. Bu sorunlar, öğretmen, öğrenci, program ya da ortamdaki kaynaklanabilmektedir. Bu sorunlar şu şekilde sıralanmaktadır.

- Sınıf mevcutlarının veya drama uygulanacak gruplardaki çocuk sayısının fazla olması
 - Çocukların gelişim ve kişisel özelliklerinin farklı dağılımı
 - Çocukların gelişimine uygun olmayan teknik seçimi
 - Çocukların katılım için zorlanması ve bunun sonucu isteksizlik görülmesi
 - Drama için uygun alan, araç gereç ve zamanın olmaması
 - Öğretmenin eğitimde dramaya olan tutumunun olumsuz olması
 - Öğretmenin yeterli bilgi ve eğitim almamış olması
 - Öğrencilerden hatasız ve gösterişe dayalı performans beklenmesi
 - Okul yönetiminin, ailelerin dramanın önemini bilmemeleri ve gerekli desteği göstermemeleri (Akyol Köksal, 2012; Yılmaz, 2006).
 - Ülkemizde eğitimde drama yönteminin çok kullanılmaması, öğretmenlerin çoğunlukla geleneksel eğitim tekniklerini kullanmaları, yeterince araştırma yapıp bilgi edinmemeleri ya da dramayı bir öğretim yöntemi olarak kabul etmemeleri (Şenol Özyiğit, 2011).
 - Ders veya uygulamalarda çocukların ilgisini çekecek konuların seçilmemesi (Winston ve Tandy, 2019).
 - Eğitimde dramanın, boş zaman geçirme etkinliği ve gösteri yapılan bir uygulama olarak görülmesi (Yılmaz, 2006).
 - Öğretmenin eğitim sırasında geleneksel modelden çıkmak istememesi, devamlı otoriter bir tavır sergilemesi (Aytaş, 2013).

Sonuç ve Öneriler

Eğitimde dramanın kullanımı dünyada çok eski tarihlere dayanmakla birlikte ülkemizde 1980’li yıllardan sonra başlamıştır. Oysaki dramanın eğitim ve öğretimde aktif olarak kullanılması çocukların gelişimlerini çok yönlü desteklemekte, farklı bakış açıları kazandırmakta, eğitim sürecini kalıcı ve eğlenceli hale getirmektedir. Drama çocukları aktif kılan bir yöntemdir. Bu

süreçte çocuklar eğlenerek öğrenmekte ve öğrendiklerini unutmamaktadır. Bu nedenle dramanın okul öncesi eğitimden başlamak üzere eğitimin tüm kademelerinde kullanılması önerilmektedir. Bununla birlikte özel gereksinimli çocukların eğitimlerinde de drama etkili bir araç olarak kullanılabilir. Dramanın tüm eğitim kademelerinde etkili bir şekilde kullanılabilmesinde öğretmen önemli rol oynamaktadır. Öğretmenin dramaya ilişkin bilgi ve tutumu eğitim sürecini olumlu ya da olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle öğretmenlerin drama konusunda bilgilendirilmesi, hizmet içi eğitimler verilmesi böylece dramanın eğitim sürecinde daha aktif yer alması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

8. Anderson, A. (2012). The influence of process drama on elementary students' written language. *Urban Education*, 47(5), 959-982.
9. Adıgüzel, H.Ö. (2008). Türkiye'de eğitimde yaratıcı dramanın yakın tarihi. *Yaratıcı Drama Dergisi*, 1(5), 7-49.
10. Adıgüzel, Ö. (2019). *Eğitimde Yaratıcı Drama*. Pegem Akademi.
11. Akyol Köksal, A. (2012). Okul öncesi eğitimde drama ve öğretmenin rolü. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(1), 105-116.
12. Aral, N. & Can Yaşar, M. (2018). Özel eğitimde drama. A. Köksal Akyol (Ed.). *Her yönüyle okul öncesi eğitim 3. Okul öncesi drama içinde* (s.132-146). Hedef Yayıncılık.
13. Aytaş, G. (2013). Eğitim ve öğretimde alternatif bir yöntem: Yaratıcı Drama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12;35-54.
14. Başçı, Z. & Gündoğdu, K. (2011). Öğretmen adaylarının drama dersine ilişkin tutumları ve görüşleri: Atatürk Üniversitesi örneği . *İlköğretim Online*, 10 (2) , 1-14 .
15. Başdaş, F. & Vural Akar, R. (2017). Drama temelli dijital hikâye anlatıcılığı programının 6 yaş çocuklarının bazı sosyal becerilerinin gelişimine etkisi. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 1-30.
16. Batu, H. H. (2017). *Meslek lisesi ve anadolu lisesi öğretmenlerinin eğitimde drama yöntemini kullanma yeterliklerinin incelenmesi: Karabük örnekleme*. Yüksek lisans tezi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gazi Üniversitesi, Ankara.
17. Çalışkan, E. & Karadağ, Ç. (2014). *Eğitimde drama teorik temelleri ve uygulama örnekleri*. Anı Yayıncılık.
18. Çetinkaya, Ö. (2021). *Eğitimde drama ve absürd tiyatro ilişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara Üniversitesi.
19. Genç, H. N. (2010). Eğitimde Drama ve/veya Dramada Eğitim. Atatürk Üniversitesi *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12;89-104.
20. Gönen, M. & Dalkılıç, N. (2003). *Çocuk eğitiminde drama yöntem ve uygulamalar*. Epsilon Yayıncılık.
21. Ilgaz, E. (2014). *Eğitici drama oyunlarından sonra yapılan değerlendirme çalışmalarının 60-72 aylık çocukların duyu kavramlarını kazanmaları üzerinde etkisi*. Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
22. Kök, M., Çelik, M. & Yazar, A. (2007). Okul Öncesi eğitimde yaratıcı dramanın çocuğun gelişim alanlarına etkisi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*,

23. Köksal Akyol, A. (2012). Okul öncesi eğitimde drama ve öğretmenin rolü. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 16;15-21.
24. Okvuran, A. (2001). Drama öğretmenini yetiştirme sorunsalı. *Öğretmen Dünyası*, 257;19-20.
25. Ömeroğlu, E., Ersoy, Ö., Şahin Tezel, F., Kandır, A. & Turla, A. (2007). *Okul öncesi eğitimde drama teoriden uygulamaya*. Kök Yayıncılık.
26. Ömeroğlu, E., Ersoy, Ö., Şahin Tezel, F., Kandır, A. & Turla, A. (2003). *Okul öncesi eğitimde drama teoriden uygulamaya*. Kök Yayıncılık.
27. Önder, A. (2010). *Erken çocukluk eğitiminde eğitici drama*. İstanbul Üniversitesi Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları.
28. Önder, A. (2013). *Okul öncesinde eğitici drama uygulamalarının önemi ve uygulama ilkeleri*. Anı Yayıncılık.
29. Önder, A. (2017). *Okul öncesi çocuklar için eğitici drama uygulamaları*. Eğiten Kitap.
30. Önder, A. (2016). *Yaşayarak öğrenme için eğitici drama*. Nobel Yayıncılık.
31. Özçelik, E. (2019). *Temel eğitimde drama yöntemi ile sorumluluk değerinin öğretimi*. Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
32. Özgür İşyar, Ö. (2017). Sınıf öğretmenlerinin eğitimde drama kullanımına ilişkin yeterlilik algıları ve drama kavramına yönelik metaforları ile görüşlerinin incelenmesi. Yüksek lisans tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin Üniversitesi.
33. Ritter, C. (2013). *Darstellendes spiel und östhetische building. Eine empirische stue zur theaterar beitin der Grundschule kassel*. GmbH.
34. Selimhocalıoğlu, A. (2004). *Drama ve ilköğretimde dramanın önemi*, XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı. İnönü Üniversitesi, Malatya.
35. Şenol Özyiğit, E. N. (2011). *İlköğretim matematik dersinde yaratıcı drama uygulamalarının öğrencilerin problem çözme stratejileri, başarı, benlik kavramı ve etkileşim örüntüleri üzerindeki etkisi*, Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir
36. Tobdal, E. B. (2004). İletişim ve Eğitimde Yaratıcı Drama Süreci. Bilim ve Aklın Aydınlightında Eğitim Dergisi. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ankara.
37. Vural A., R. Somers J. (2016). İlköğretimde drama. Kuram ve Uygulama. Pegem Akademi, Ankara.
38. Winston, J., Tandy, M. (2019). Dramaya başlamak 4- 11. (Perihan Korkut, çev.). Ankara: Pegem Akademi.

39. Yazar, A., Çelik, M. & Kök, M. (2007). Okul Öncesi Eğitimde Yaratıcı Dramanın Çocuğun Gelişim Alanlarına Etkisi. Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, 16;15-21.

40. Yılmaz, G. (2006). *Fen bilgisi öğretiminde drama yönteminin kullanımı. fen bilimleri enstitüsü*. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi, Denizli.

TAŞKINLARDA RİSK İLETİŞİMİ: TAŞKIN RİSKİ HARİTALARI

**Prof. Dr. Burcu Öksüz¹,
Dr. Öğretim Üyesi Çağla Melisa Kaya²**

¹*İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, ORCID: 0000-0003-4195-9261*

²*İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-2664-7510*

Giriş

Taşkınlar, kentsel alanlar ve özellikle özel evler için ciddi bir tehdittir (Snel vd., 2019, s. 554), toplumun ekonomik ve sosyal yapıları için önemli bir tehlike oluşturmaktadır (Kellens vd., 2013, s. 24). Her yıl, taşkınlar küresel olarak çok sayıda soruna neden olmaktadır (Van Kerkvoorde vd., 2018, s. 49). Zahari ve diğerleri (2017, s. 229) tarafından belirtildiği üzere taşkınlar, yüksek tahribat oluşturabilmekte ve büyük toplumsal hasarlara yol açarken çevresel değişikliklere neden olabilmektedirler. Dolayısıyla son yıllarda, Avrupa'daki taşkınlar vatandaşlar, yetkililer, sigorta şirketleri ve politika yapımcılar için büyüyen bir endişe konusu haline gelmiştir (van Alphen vd., 2009, s. 285).

Taşkınlar, doğa ve insan faaliyetlerini içeren etkileşimlerin sonucudur (Barredo vd., 2007, s. 11). Dünya çapında taşkın riski uzmanları ve karar vericiler, taşkınların getirdiği tehlikelerle etkili bir şekilde başa çıkmak için teknikler ve önlemler bulma zorluğuyla karşı karşıyadır (Kellens vd., 2013, s. 24). Bu bağlamda taşkın risk yönetimi son 30 yılda giderek daha önemli hale gelmektedir. Daha fazla insan, taşkın eğilimli bölgelere yerleşmekte ve iklim değişikliği ile bağlantılı aşırı hava olayları nedeniyle birçok bölgede taşkın zararlarına maruz kalmaktadır (Haer vd., 2016). Taşkın risk yönetimi ve taşkın risk iletişimi, büyük hasara yol açan büyük taşkın olayları ile karşı karşıya kaldığımız yüzyılımızda taşkınlarla başa çıkmada anahtar kelimelerdir (Hagemeier-Klose ve Wagner, 2009, s. 563). Bundan dolayı taşkınların verdiği zararı azaltmak ve kişilerin konuya ilişkin farkındalık ve davranış değişikliği yaratmak için etkili taşkın risk yönetimi ve taşkın riski iletişimi çalışmaları yapılması bir gerekliliktir. Taşkınlardan kaçınılamıyorsa, yapılması gereken olası taşkın afetlerine hazırlıklı olmak ve etkilenmesi muhtemel nüfusun da ne yapması gerektiğini bilmesini sağlamaktır.

Bu bölümün amacı, taşkın risk yönetimi sürecinde risk iletişiminin önemini ortaya koymak ve taşkın risk haritalarını bir risk iletişimi aracı olarak değerlendirmektir.

Taşkın risk yönetimi

“Taşkın riski, taşkın olasılığı ve taşkın olayının neden olduğu hasar” şeklinde tanımlanmaktadır (Posthumus vd., 2008, s. 787). Taşkın riski, aşağıdaki formülde ifade edildiği üzere taşkın tehlikesi ve savunmasızlığın sonucudur (Schumann ve Di Baldassarre, 2010, s. 75):

Risk= Tehlike x Savunmasızlık (Schumann ve Di Baldassarre, 2010, s. 76).

Taşkın risk yönetimi; taşkın risklerini azaltmak, kontrol etmek, kabul etmek veya yeniden düzenlemek için veri ve bilgi toplama, risk analizi ve değerlendirmesi, seçeneklerin değerlendirilmesi ve kararların alınması, uygulanması ve gözden geçirilmesi süreci şeklinde tanımlanması mümkündür (Sayers vd., 2013, s. 23). Başka bir söylemle taşkın risk yönetimi, “taşkın riskinin sürekli ve bütüncül toplumsal analizi, değerlendirilmesi ve azaltılması süreçlerinin bütünüdür”(Schanze, 2006). Dar anlamda taşkın risk yönetimi, mevcut bir taşkın riski durumunu yönetme sürecidir. Daha geniş anlamda ise taşkın riskini azaltacak bir sistemin planlanmasını içermektedir (Plate, 2002, s. 3).

Taşkın risk yönetimi, yapısal önlemleri (nehir mühendisliği ve taşkın savunması gibi) ve yapısal olmayan önlemleri (taşkın uyarısı, arazi kullanım düzenlemesi ve taşkın olay yönetimi müdahalesi gibi) içerebilmektedir (Posthumus vd., 2008, s. 787; Derin, 2022). Dolayısıyla taşkın risk yönetimi, taşkın tehlikelerinin tahmin edilmesinden toplumsal sonuçlarına, risklerin azaltılmasına yönelik önlemlere ve enstrümanlara kadar uzanan çok çeşitli sorunlar ve görevlerle ilgilenmektedir. Bu anlamda taşkın risk yönetimi sistemleştirilmeye ve bütünleştirilmeye ihtiyaç duymaktadır (Schanze, 2006). Taşkın risk yönetimi, sürdürülebilir bir yaklaşımın yalnızca taşkın olasılığını değil aynı zamanda sonuçlarını da azaltan entegre önlemlere dayanması gerektiğini kabul etmektedir (Faulkner vd., 2010). Günümüzün bakış açısına göre taşkın risk yönetimi süreçlerinde daha bütünsel bir yaklaşımla hareket edilmesi, taşkın öncesinin, sonrasının ve sonuçlarının detaylı şekilde değerlendirilmesi ve taşkın yönetiminin sosyal yönünün göz ardı edilmemesi bir zorunluluktur.

Risk yönetimi hem bilimsel hem de sosyal uzmanlığı içermekte olduğundan doğasında varolan multidisipliner yapı göz önüne alındığında, her ikisini de aynı düzeyde geliştirmek zordur. Bu nedenle doğru bir tahmin yapılması; ancak ilgili uyarının doğru yapılmaması veya anlaşılmaması, tüm sistemin başarısız olmasına neden olabilir (Intrieri vd., 2020). Doğru tahminde bulunmak tek başına yeterli değildir. Tahminlerin insanlara doğru şekilde ulaştırılması ve söylenenlerin doğru şekilde anlaşılması gereklidir. Bundan dolayı taşkın risk yönetimi, fiziksel altyapı ile ekonomik sistemler arasındaki artan karşılıklı bağlantıyı ve taşkın riskini belirlemede insan faktörlerinin önemli rolünü kabul etmelidir (Jonkman ve Dawson, 2012, s. 786). Taşkın riskinin olduğu bölgelerde yaşayan insanlara ulaşabilmek, onları anlayabilmek ve doğru şekilde bilgilendirebilmek başarının

olmazsa olmazdır. Aksi halde insanları yönlendirebilmek ve taşkınların olumsuz sonuçlarını azaltabilmek mümkün olmayacaktır.

Taşkın riski altındaki bölgelerdeki insanların gerektiğinde kendilerini korumak için uyarıları, çevresel ve sosyal ipuçlarını ve mevcut bilgileri kullanabilmeleri önemlidir (Lazrus vd., 2016, s. 411). Etkili taşkın risk yönetimi, etkilenen nüfusta risk bilinci ve öz sorumluluk duygusu gibi sosyal kapasiteleri güçlendirmeye odaklanmalıdır (Maidl ve Buchecker, 2015, s. 1577). İnsanlar taşkınlarla karşılaşabileceklerini ve taşkınların kendilerini etkileyebileceğini bilmelidir. Ayrıca, insanlar taşkın risk yönetimi sürecinde üstlendiği rolün de kullanılabilmektedir olmalıdır. Taşkın risk yönetiminin uygulanmasının temel bileşeni, risk azaltmak ve hafifletmek için uygun ve etkili adımların atılmasını sağlamaya yönelik olarak taşkından kaynaklanacak bütün risklerin açık bir şekilde iletilmesidir (Winterscheid, 2007).

İyi Taşkın risk yönetiminin Etkinleştiricileri	İyi Taşkın risk yönetiminin Engelleri
• Faaliyetlerin ve finansmanın planlanması • Diğer planlarla sürekli koordinasyon • Uyarlanabilir bir yönetim programının oluşturulması • Risk iletişimi • Ortak çalışma ve paydaşlara erişim • Kurumsal ve yasal	• Planları uyarlama kapasitesinin olmaması • Mali sapmalar • Siyasi liderlikte değişiklikler • Ulusal önceliklerdeki değişiklikler • Fiziksel koşullarda veya kaynakların mevcudiyetinde değişiklik • Devam eden onarımdan

Görsel 1. Taşkın Risk Yönetiminde Etkinleştiriciler ve Engeller

Kaynak: Sayers vd., 2013, s.8.

Yukarıda yer alan şekilde görüldüğü üzere faaliyetlerin ve finansmanın planlanması, ortak çalışma ve paydaşlara erişim, kurumsal ve yasal çerçeve ve risk iletişimi gibi faktörler taşkın yönetiminin iyi bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Ulusal önceliklerde değişiklikler, fiziksel koşullarda değişiklik ve sorumluluklar konusunda netlik olmaması gibi faktörler ise taşkın risk yönetiminde güçlük oluşturan etmenlerden olmaktadır (Sayers vd., 2013).

Taşkın risk yönetiminin temel taşlarından biri, risk altındaki nüfusun ve taşkın yönetiminden sorumlu makamların ve kurumların bilgisidir. İ Kişiler ve karar vericiler ancak taşkın riskini değerlendirme ve algılama süreçlerini bütüncül ele

alınması söz konusu olduğunda, sağlıklı ve yeterli yanıt vermesi beklenebilir (Merz vd., 2007, s. 231). Daha açık bir söylemle risk hakkında bilgi, risk bilincini artırmaya ve afete dayanıklı topluluklar oluşturmaya yönelik önemli bir adımdır (Fuchs, 2009, s. 53). Taşkın risk yönetiminde insanların sürece dahil olmaları açısından gereken bilgiyi sunacak adımların atılması gerekmektedir. Ancak gereken bilgi sağlandığında ve insanlar ne zaman, neyi, nasıl yapacaklarını bildiklerinde etkili bir taşkın risk yönetiminden söz edilebilir. Aksi halde panik içinde kalan insanlar, taşkınların doğurduğu olumsuz sonuçlardan daha fazla etkilenecektir.

Snel ve diğerleri (2019) taşkın riski bilgisi mevcut olmasına rağmen bölge sakinlerinin önlem almamasını dört olası nedene bağlamaktadır. Birincisi, taşkın riskiyle ilgili mevcut bilgilerin yanlış yorumlanmasıdır. İkinci olarak, taşkın riski bilgilerinin genellikle şehir veya bölge seviyesinin altında toplanmasıdır. Üçüncüsü, bölge sakinleri genellikle taşkın risk yönetimini bir hükümet sorumluluğu olarak algırlar. Son olarak, kamu yetkilileri farklı türde iletişim yöntemleri aracılığıyla taşkın risk bilincini artırmaya çalışırken, iletişim çalışmaları genellikle taşkın ve taşkın riskine ilişkin deneyimi ve bilgisi az olan genel halk yerine uzman bir kitleyi hedef almaktadır.

Sayers ve diğerleri (2013, s. 9) stratejik taşkın risk yönetiminin altın kurallarını şöyle sıralamaktadır:

- Mutlak korumanın mümkün olmadığını kabul edin ve kazalar için planlamalar yapın.
- İstenildiği şekilde bir miktar taşmayı teşvik edin.
- Kararları risk ve belirsizlik anlayışına dayandırın.
- Geleceğin geçmişten farklı olacağını kabul edin.
- Bir yanıt portföyü uygulayın ve tek bir önleme güvenmeyin.
- Riski azaltmak için sınırlı kaynakları verimli ve adil bir şekilde kullanın.
- Yönetişim ve eylem sorumlulukları konusunda net olun.
- Risk ve belirsizliği etkin ve geniş bir şekilde iletin.
- Yerel bağlamı yansıtın ve taşkın planlamasını diğer planlama süreçleriyle entegre edin.

Yukarıda belirtilenler doğrultusunda etkili taşkın risk yönetiminin en temel boyutlarından birisi iletişimdir. Taşkına ilişkin bilgiler insanlara iletilebilirse; bölge sakinleri risk yönetim sürecinin bir aktörü olabilirler.

Taşkın Riski İletişimi

Risk iletişimi, ilgili taraflar arasında sağlıklı ilgili veya çevresel riskler hakkında herhangi bir amaçlı bilgi alışverişidir (Covello vd., 1986, s. 172). Diğer bir tanımla bireyler, gruplar ve kurumlar arasında etkileşimli bir bilgi ve fikir alışverişi sürecidir (Dransch vd., 2010, s. 192). Risk iletişimi; iletişim aktörlerini tehlikeli olaylara hazırlayan, onların tehlikeli olaylar ile daha iyi başa çıkmalarını sağlayan, insanlar ve sosyal sistemler üzerindeki olumsuz etkileri azaltmaya yardımcı olan önleyici bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Höppner vd., 2010).

Höppner ve diğerleri (2010) risk iletişimini hem tehlike ve riskle ilgili bilgilerin ve bunların yönetiminin tek yönlü transferi hem de ilgili enformasyon, bilgi, tutum ve/veya değerlerin iki yönlü değişimi olarak açıklamaktadır. Risk iletişiminin amacı, insanların risk farkındalığını güçlendirmek ve risk altındaki nüfusu önleyici tedbirler almaya ve acil bir duruma hazırlıklı olmaya motive etmektir (Hagemeier-Klose ve Wagner, 2009, s. 564).

Risk iletişimi aşağıda belirtilenlere hizmet etmelidir (Höppner vd., 2010, s. 16):

- Farkındalığı arttırmak
- Koruyucu davranışları teşvik etmek
- Risklerin ve yönetim önlemlerinin kabul edilmesini teşvik etmek için bilgilendirmek
- Olaylar sırasında nasıl davranılması gerektiği konusunda bilgi vermek
- Yaklaşan ve güncel olaylar hakkında uyarıda bulunmak ve harekete geçmek
- Hedef kitleleri rahatlatmak (endişeyi azaltmak veya öfkeyi yönetmek için)
- İlişkileri geliştirmek (Güven, işbirliği, ağlar oluşturmak)
- Karşılıklı diyalogu etkinleştirmek ve anlamak

Taşkın durumunda risk iletişimi, mühendislik tabanlı taşkın korumasından daha entegre risk tabanlı yönetime doğru daha geniş bir paradigma değişiminde çok önemli bir rol oynamaktadır (Demeritt ve Nobert, 2014). Belirsizliğin üstesinden gelinmesi, sürdürülebilir ve başarılı taşkın riski yönetiminin merkezinde yer almaktadır (Jonkman ve Dawson, 2012, s. 790). Taşkınların neden olduğu maliyetleri azaltmak için, bölge sakinlerinin ihtiyatı tedbir alma sorumluluğunun teşvik edilmesi gelecekte daha önemli hale gelecektir. Bu yöndeki ilk adım, insanların risk algılarını artırarak taşkın risklerine dikkatlerini çekmektir (Keller vd., 2006, s. 631). İnsanların risk algılarını değiştirmenin,

farkındalık oluşturmanın ve taşkın olayına dikkat etmelerini sağlamanın yolu etkili risk iletişiminden geçmektedir. Taşkın riski iletişimde her şeyden önce insanların taşkını bilmesini sağlamak gerekmektedir. Bilmediği ve sonuçlarını öngörmediği bir olaya karşı insanların hazırlıklı olmasını beklemek pek mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla taşkın riski iletişimi, insanların ihtiyaı olan tüm bilgiyi kendilerine ulaştırabilmelidir. Ayrıca insanlar bilgi aradıklarında kolaylıkla bu bilgilere erişebilmelidir.

Ani taşkın riskinin olduğu alanlarda insanların gerekli olduğunda kendilerini korumaları için uyarıcı bilgileri, çevresel ve sosyal ipuçlarını ve mevcut bilgilerini kullanabilmeleri önemlidir (Lazrus vd., 2016, s. 411). İletişim, potansiyel taşkın tehlikeleri hakkında risk bilincini artırma, risk altındaki nüfusu önleyici tedbirler alma ve acil bir duruma hazırlıklı olma konusunda eğitme ve motive etme gücüne sahip olduğundan, taşkın risk yönetiminde önemli bir rol oynamaktadır (Oubennaceur vd., 2021). Tahliye ve kurtarma operasyonları ve mağdurlar için geçici barınakların kurulması gibi hizmetlerin derhal yapılması gerektiğinden; etkilenen sakinler ve ilgili devlet kurumları arasındaki iletişim, özellikle bir taşkın olayı sırasında çok önemlidir (Zahari ve Ariffin, 2013, s. 885).

Etkili risk iletişimi, daha iyi hazırlık yapılmasını sağlamakta ve gerektiğinde hafifletme önlemlerine destek sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Bir felaketten sonra meydana gelmiş riski iletmek, koruma süreçleri için çok geçtir (Sayers vd., 2013, s. 9). Bundan dolayı, taşkın riski ve ilgili bilgiler felaket öncesinde insanlara iletilebilmelidir. Böylece beklenen tutum ve davranış değişiklikleri sağlanabilecektir. ngrlen taşkınlardan artan tehlikelerinin iletilmesi, risk altındaki nüfusların güvenliği için hayati önem taşımaktadır (Siegel ve Kulp, 2021). Taşkın risk iletişiminden taşkın riskleri, taşkından korunma ve kişisel güvenlik önlemleri hakkında nüfusu bilgilendirmek için yararlanılmaktadır (Hagemeyer-Klose ve Wagner, 2009, s. 564). Risk iletişimi için önemli gerekçeler; risk değerlendirmesinin kalitesini, risk yönetimi süreçlerini ve/veya dahil olan herkes için ortaya çıkan sonuçları geliştirme potansiyelini vurgulamaktadır (Demeritt ve Nobert, 2014).

Taşkın riski iletişimi iki aşamayı kapsamaktadır. Birincisi, taşkın riski taşıyan bölgelerin belirlenmesi ve diğeri ise risk altındakilere taşkın ihtimalinin tahmini zamanını bildirilmesidir. Her iki aşama da, risk altındaki kişilerin taşkın olaylarına hazırlanmalarına, önceden tahminde bulunmalarına ve bu olayların sonuçlarını azaltmak için harekete geçmelerine yardımcı olmak için çok önemlidir (Rollason vd., 2018, s. 1666). Taşkın konusunda uyarılan insanlara ne

yapmaları gerektiği konusunda yol gösterici olmak gerekmektedir. Bir iletişim kampanyası, halkı belirli bir riske karşı savunmasız olduğu konusunda bilinçlendirmeli ve en etkili koruma önlemleri hakkında bilgilendirmelidir (Dransch vd., 2010, s. 293). Dolayısıyla taşkın riski iletişiminde yalnızca insanları taşkın konusunda uyarmak değil; aynı zamanda insanların ne tür önlemler alabileceği, yetkili kurumlara nasıl ulaşabileceği, resmi açıklamalar karşısında ne yapmaları gerektiği gibi hususlarda detaylı bilgiler paylaşmak bir zorunluluktur.

Taşkın bilgileri ve bu konudaki uyarılar, farklı aktörlerden oluşan bir ağ üzerinden akan ve uygulamaları olumlu yönde etkileyecek şekilde bilgiye dönüştürülen bir kaynak olarak değerlendirilmektedir (O’Sullivan, 2012, s. 2272). Ancak tüm iletişim stratejileri başarılı değildir. İnsanların davranışları kaynaklar, deneyimler ve kişisel değerler ve değerlendirmelerle ilgili çok sayıda faktörü yansıtmaya eğilimindedir. Bu durum, yeni veya ek bilgilerin sınırlı etkiye sahip olabileceğini ima etmektedir (Kjellgren, 2013, s. 1860). İnsanların taşkın riski iletişiminde ne tür bilgilerden daha fazla etkilendiği yönündeki bilimsel araştırma verilerinden yararlanmak gerekmektedir. Farklı bölgelerde yaşayan insanlar, değişik mesajlardan etkilenebilir veya çeşitli iletişim kanallarını takip etmesi muhtemeldir. Taşkın riskinin olduğu bölgelerde yaşayan insanlarda hangi mesajların etkili olduğuna dair araştırmaların yapılması, doğru mesaj ve doğru kanal açısından etkili bir yönlendirici olabilecektir. Bundan dolayı farklı taşkın bölgelerinde, bölgeye özgü araştırmaların yapılması ve elde edilen verilere göre iletişim kampanyalarının ve mesajlarının hazırlanması yararlı olacaktır.

Alicıların bir mesajı anlamalarına her zaman mevcut inançlar, yerel bilgiler ve kaynaklara ve aktarıcılara duyulan güven aracılık etmektedir (Kjellgren, 2013, s. 1860). İletişimin topluluğun afete hazırlığı üzerinde etkisi olması için, taşkın riski iletişim stratejilerinin topluluktaki çeşitliliği hesaba katması gereklidir (Ping vd., 2016, s. 652). Taşkın riski taşıyan bölgelerde yaşayan insanların farklılıkları ve beklentileri, risk iletişimi açısından da yönlendirici olacaktır. Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli Özel Raporu’na (2012, s.17) göre etkili risk iletişimi; tüm paydaş grupları arasında iklimle ilgili riskler hakkında bilgi alışverişi, paylaşımı ve entegrasyonu üzerine kuruludur. Bireysel paydaşlar ve gruplar arasında risk algıları, psikolojik ve kültürel faktörler (Adak, 2020), değerler ve inançlar tarafından yönlendirilmektedir.

Taşkınların sıklığı ve potansiyel olarak büyük etkileri, iletişim konusunda büyük talepler doğurmaktadır. İnsanların bilgiyle seçici bir şekilde ilgilendikleri

bilinmektedir. Kişiler sadece kendileri için uygun ve alakalı olanı ve gerçeklik fikirlerine uyduğu sürece özümsemektedirler (Baan ve Klijn, 2004, s. 118). Risk iletişimi, halkın çeşitli risklerle ilgili belirli bir görüşe ikna edilebilmesi için genellikle ikna edici stratejiler bulmaya çalışır. Yaygın bir strateji, yüksek derecede dürüstlüğe sahip ve bilimsel bilgileri sokaktaki kişilere uygun mesajlarla çevirebilme becerisine sahip teknik uzmanlardan ve diğer kişilerden yararlanılmasıdır (Zahari ve Ariffin, 2013, s. 882). Taşkın risklerine ilişkin bilgileri bölgede yaşayan insanlara uygun şekilde aktarabilmek, risk iletişiminde başarının olmazsa olmaz bir koşuludur. İnsanlar kendileri için anlaşılır bir dilde bilgi isterken bu duygularının da dikkate alınmasını beklemektedirler (Baan ve Klijn, 2004, s. 118). Bu bağlamda taşkın riski iletişimde insan odaklı hareket etmek, insanların duygularını hesaba katmak ve taşkınları sadece fiziksel yönüyle ele almamak gereklidir. Taşkınlar, sosyal yönü olan olaylardır ve bundan dolayı riskleri de insanları düşünerek yönetilmelidir. Diğer yandan Fuchs ve diğerleri (2009, s. 53) Taşkın riski algısının uzmanlar ve meslekten olmayan kişiler arasında farklı olduğu unutmamalıdır .

İnsanlar, taşkın riskiyle ilgili yayılan bilgileri yanlış değerlendirebilirler. Örneğin, ‘Eviniz 250 yılda bir gelen taşkına karşı korunuyor ’gibi istatistiksel olasılıklara dayanan taşkın tekerrür periyotları, insanların 249 yıllık bir zamana güvenecekleri şekilde yanlış yorumlanabilir (Snel, 2019). Bundan dolayı, taşkın riski iletişimine ilişkin hazırlanan kampanyalarda ve oluşturulan mesajlarda kullanılan sözcüklere ve etkilerine dikkat edilmelidir.

Verilerin haklı çıkarılabileceğinden daha kesin görünmek, güveni ve inanılabilirliği kaybetmenin kesin bir yoludur (Covello vd., 1991). Taşkın riski iletişimi sürecinde tahminlerde bulunurken dikkatli olmak gerekir. Yanlış tahminler, söyleyen yetkililer iyi niyetli olsa dâhi insanlarda bir güvensizlik oluşturabilir. Bu güvensizlik, sonraki konuşmalara ve davranışlara inanılmaması sonucunu doğurabilir. Kuşkusuz bu durum, taşkın risk yönetimi/iletişimi sürecinin bütününe zarar verecektir.

Medya ve sosyal süreçlerin risklerin algılanması ve kabul edilmesini etkilediği bilinmektedir. Medya, halk için tek bilgi kaynağı olduğunda, risk algısı üzerindeki etkisi belirleyici olabilir (Baan ve Klijn, 2004, s. 117). Taşkın riski iletişimi sürecinde medyayla iyi ilişkiler kurulursa; insanlara ulaşmak ve bilgileri yaymak açısından büyük avantaj elde edilecektir. Medya özellikle bilgilerin hızlı şekilde yayılmasını gerektiren taşkın gibi olaylarda önemli bir yardımcıdır.

Potansiyel bilgi kaynaklarının hiçbir şey söylemeye niyeti olmadığında risk iletişimi yanlış adım atar (Fischhoff, 1995, s. 138). Bundan dolayı taşkın riski iletişimde yetkili kurumlar ve kişiler, bilgi paylaşımı konusunda istekli olmalıdır. Eğer bilgiler yetkili kaynaklardan yayılırsa, insanlar daha doğru yönlendirilebilir ve yanıltıcı bilgilerin önüne geçilebilir.

Taşkın Riski Haritaları

Taşkın haritalaması, taşkın risk yönetiminde en etkili araç olarak kabul edilmektedir (Koivumäki vd., 2010, s. 2010, s. 167). Taşkın haritaları, tehlike ve risk belirleme ve arazi kullanım planlaması gibi farklı amaçlar için kullanılabilirler. Hangi mülklerin sele karşı koruma önlemleri alması gerektiğini belirlemek ve halkı yerel taşkın riskleri konusunda eğitmek gibi birçok amaç için ve çeşitli kullanıcılar tarafından kullanılabilir (Oubennaceur vd., 2021).

Taşkın riski haritaları, belirli taşkın senaryolarının potansiyel olumsuz sonuçlarını tanımlamak için tasarlanmıştır. Bu haritalar, taşkın risk yönetimi planları için bir ön koşul oluşturmaktadır (Hagemeier-Klose ve Wagner, 2009, s. 564). Bu bağlamda taşkın riski haritaları, potansiyel olarak taşkın riski taşıyan alanları tasvir eder ve bu nedenle taşkın risk yönetiminde çok önemlidir (Quirós ve Gagnon, 2020, s. 1208).

Taşkın tehlike haritaları, bazen akış hızıyla birlikte olmak üzere farklı taşkın senaryolarıyla ilişkili su baskınının boyutu ve derinliği hakkında bilgi içerirken, taşkın risk haritaları bu senaryoların beklenen sonuçları hakkında ek bilgiler içermektedir (örneğin, ekonomik hasar, etkilenen insan sayısı) (Kjellgren, 2013, s. 1857). Taşkın risk haritaları, taşkın tehlikesi haritalarında sunulan taşkın senaryolarıyla ilişkili potansiyel olumsuz sonuçları, potansiyel olarak etkilenen sakinlerin gösterge sayıları, ekonomik faaliyet türü, taşkın durumunda kazara kirliliğe neden olabilecek tesisler ve potansiyel olarak etkilenen doğa rezervleri gibi korunan tesisler olarak göstermelidir (van Alphen vd., 2009, s. 286).

Taşkın riski haritalamasının amacı, insanların canlarına ve mallarına gelebilecek zararı azaltmak için yağış ve baraj kaynaklı taşkınları doğru bir şekilde yönetmektir (Farhadi ve Najafzadeh, 2021). Taşkın riski haritaları, taşkın eğilimli alanları tasvir eder ve bu nedenle taşkın risk yönetimi için çok önemli bir araçtır. Örneğin, aşırı yağış olayları sırasında taşkın riski taşıyan alanları belirleyerek bu haritalar, uyarlanabilir eylemleri önceliklendirmek ve

yerel planlama politikasını bilgilendirmek için kullanılabilmektedir (Quirós ve Gagnon, 2020, s. 1209). Dolayısıyla risk haritaları, taşkın riski iletişimde kullanılabilecek önemli bir iletişim aracı olabilir. Böylece görsel bir materyal üzerinden insanların daha detaylı bilgi edinmesi ve olası taşkınları zihinlerinde canlandırabilmesi mümkün olabilir. Şöyle ki taşkın riski haritaları, taşkınları çok yönlü olarak ve sonuçlarını hesaba katarak göstermektedir. İnsanlara bölgelerindeki taşkınları nedenleri ve sonuçlarıyla derinlemesine görme ve değerlendirme imkanı sunulmaktadır. Taşkınlar konusunda bilgisi ve deneyimi az olan insanlarda risk algısının şekillendirilmesi açısından taşkın risk haritaları önemli bir rol üstlenmektedir.

Risk iletişiminin ilk amacı, risk altındaki mümkün olan en fazla sayıda insanın dikkatini çekmek ve onları tehlike haritalarından haberdar etmektir. Ardından taşkınların yaşamları ile ilgili olduğuna ikna edilmeleri ve koruma önlemlerini uygulamak için motive edilmeleri gerekir. Bu nedenle, insanların bu tür iletişime nasıl tepki verdiğini bilmek, bir iletişim aracı olarak haritaların önemini değerlendirmek için gereklidir (Maidl ve Buchecker, 2015, s. 1578). Taşkın riski haritaları, insanlara bölgelerindeki riskleri açık şekilde göstermektedir. Aynı zamanda olası sonuçları resmetmek, insanlarda taşkın risklerine ilişkin bir farkındalık uyandıracaktır. Taşkın nasıl olacağı, nelere yol açacağı ve bölgedeki insanları nasıl etkileyeceği gibi bilgiler; insanların önlem alması ve uyarılara dikkat etmesi açısından büyük bir yönlendiriciliğe sahiptir.

Günümüzde birçok harita, kullanıcı etkileşimlerine (kaydırma, yakınlaştırma, seçme gibi) ve dinamik içeriğe (örneğin, sel simülasyonları) olanak tanıyan dijital formdadır (Van Kerkvoorde vd., 2018, s. 51). Böylece insanlara görsel olarak etkileyici şekilde hitap edilmekte ve aynı zamanda etkileşim kurma olanağı sunulmaktadır. Bu tür haritalar, insanların taşkınla ilişkin risk algılarının şekillenmesinde ve taşkını zihinlerinde canlandırabilmelerinde oldukça etkili olmaktadır.

Sonuç

Günümüzde taşkınlar hem dünyada, hem de ülkemizde ciddi ve yönetilmesi gereken bir sorun haline gelmiştir. Taşkınların doğurduğu olumsuz sonuçların derecesi ve genişliği arttıkça; taşkın risk yönetimine ilişkin artan gereklilik de karşımıza çıkmaktadır. Taşkınları yalnızca fiziksel olarak görmek ve fiziki

sonuçlarını değerlendirmek son derecede yanlıştır. Taşkınların sosyal yönleri vardır ve insanlarla olan ilişkisi de hesaba katılmalıdır.

Bugünkü şartlar nedeniyle taşkınlar önlenemiyorsa, yapılması gereken taşkın risklerinin yönetilmesidir. Böylece taşkınlara hazırlıklı olunabilir, önlemler alınabilir, insanların farkındalıkları arttırılabilir ve olumsuz sonuçlar azaltılabilir. Ancak her şeyden önce bilinmesi gereken, taşkın risk yönetiminin stratejik ve bütünsel bir yaklaşımla ele alınması gerektiğidir. Taşkınlar bölgede yaşayan insanları etkiler ve buradaki insanların bakış açıları, aldıkları önlemler ve taşkın konusundaki bilgileri taşkın risk yönetiminin başarısını belirler. Taşkın risk yönetiminin en önemli boyutlarından biri, risk iletişimidir.

Taşkın riski iletişimi; insanların bilgilenmesi, doğru mesajların yapılandırılması, doğru iletişim kanallarının seçilmesi, geribildirimlerin sağlanması gibi hususlarda başarıyı belirlemektedir. Kuşkusuz ki insanların farkındalıklarının artması, ancak kendilerine gelen bilgilerle mümkün olabilir. Bilgi sahibi olunmayan ve ne yapılması gerektiği bilinmeyen durumlarda, insanların taşkın hakkında doğru davranışlarda bulunması beklenemez. Dolayısıyla taşkın riski iletişimi, insanların ihtiyaç duyduğu bilgiye kolayca ve zahmetsizce erişmesine olanak sağlamalıdır.

Taşkın riski iletişiminde, bölgede yaşayan insanların özellikleri ve beklentileri dikkate alınmalı ve kendilerine en uygun mesajlar hazırlanmalıdır. Unutulmaması gereken nokta, insanları belirli bir yönde hareket ettirmek kolay değildir. Ancak insanları tanırsanız ve nelerden etkilendiklerini bilerseniz, istenen şekilde yönlendirebilirsiniz. Burada önemli olan diğer bir nokta, bölgedeki insanların taşkınlar konusunda sahip olduğu bilgiyi gözetererek ve onlara uygun bir dilde iletişim çalışmalarının gerçekleştirilmesidir. Anlaşılmayan ve uzman bilim insanlarına yönelik bir dilde hazırlanmış mesajlar, amacına ulaşamayacaktır. Oysaki taşkın riski iletişiminin amacı, mümkün olan en fazla sayıda insana ulaşabilmek ve onları doğru yönde bilgilendirebilmektir.

Taşkın riski iletişiminde yetkili kurumların ve kişilerin açıklamaları çok büyük bir role sahiptir. Bu açıklamaların net, çelişkiden uzak ve anlaşılır olması gerekir. Açıklama yapan kişi ve kurumlara güvenilmesi de risk iletişiminin başarısını arttıracaktır.

Taşkın riski iletişiminde, kullanılan iletişim araçlarından biri taşkın riski haritalarıdır. Bu haritalar, insanların zihinlerinde taşkınların görsel olarak canlanmasını ve sonuçlarının daha açık gösterilmesini sağlamakta ve

böylece insanlarda oluşturulması oldukça zor olan taşkın riski algısının şekillenmesine katkı sunmaktadır. Özellikle dijital haritalar, bilgilerin dikkat çekici şekilde sunulması açısından önemli bir rol üstlenir. Taşkın riski haritaları, risk iletişim sürecinde diğer iletişim uygulamalarıyla birlikte kullanılırsa etkisi daha da artacaktır.

Günümüzde taşkınlar fazlaştıkça, taşkın risk yönetiminin ve aynı zamanda taşkın riski iletişiminin önemi daha da artmaktadır. Taşkın risk yönetimi bütünsel bir anlayışla yürütülmeli ve risk iletişimi uygulamalarıyla tutarlılık sağlanmalıdır. Böylece daha fazla sayıda insana ulaşmak ve onları doğru şekilde yönlendirmek mümkün olabilecektir.

Kaynakça

1. Adak, M. (2020) Bölgesel kalkınmada kültür ve turizmin rolü. İçinde B. Pakdemirli, Z. Bayraktar, A. N. Ünalmiş, Y. Sarı, S. Takmaz & O. Emir (Ed.). *Ekonomi ekseninde Türkiye’de geçmişten günümüze turizm politikaları* (ss. 67-78). Ankara: Akçay Yayınları.
2. Baan, P. J., & Klijn, F. (2004). Flood risk perception and implications for flood risk management in the Netherlands. *International Journal of River Basin Management*, 2(2), 113-122.
3. Barredo, J. I., De Roo, A., & Lavalley, C. (2007). Flood risk mapping at European scale. *Water Science and Technology*, 56(4), 11-17.
4. Covello, V. T., Sandman, P. M., & Slovic, P. (1991). Guidelines for communicating information about chemical risks effectively and responsibly. In: D. G. Mayo and R. D. Hollander (Eds), *Acceptable evidence: Science and values in risk management* (pp.66-90). New York: Oxford University Press.
5. Covello, V. T., Slovic, P., & Von Winterfeldt, D. (1986). Risk communication: A review of the literature. *Risk Abstracts*, 3, 171-182.
6. Demeritt, D., & Nobert, S. (2014). Models of best practice in flood risk communication and management. *Environmental Hazards*, 13(4), 313-328.
7. Derin, L. (2022). Taşkın Afeti. İçinde N. Varol & T. Gültekin (Ed.). *Disiplinlerarası bakışla afet risk yönetimi 1*. Ankara: Nobel Yayınevi.
8. Dransch, D., Rotzoll, H., & Poser, K. (2010). The contribution of maps to the challenges of risk communication to the public. *International Journal of Digital Earth*, 3(3), 292-311.
9. Faulkner, H., McCarthy, S., & Tunstall, S. & (2010). Flood risk communication. In G. Pender & H. Faulkner (Eds.), *Flood risk science and management* (pp.386-406). Blackwell Publishing Ltd.
10. Farhadi, H., & Najafzadeh, M. (2021). Flood risk mapping by remote sensing data and random forest technique. *Water*, 13(21), <https://doi.org/10.3390/w13213115>
11. Fischhoff, B. (1995). Risk Perception and Communication Unplugged: Twenty Years of Process. *Risk Analysis*, 15(2), 137-145.
12. Fuchs, S., Spachinger, K., Dorner, W., Rochman, J., & Serrhini, K. (2009). Evaluating cartographic design in flood risk mapping. *Environmental Hazards*, 8(1), 52-70.

13. Haer, T., Botzen, W. W., & Aerts, J. C. (2016). The effectiveness of flood risk communication strategies and the influence of social networks—Insights from an agent-based model. *Environmental Science & Policy*, 60, 44-52.
14. Hagemeyer-Klose, M., & Wagner, K. (2009). Evaluation of flood hazard maps in print and web mapping services as information tools in flood risk communication. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 9(2), 563-574.
15. Höppner, C., Bründl, M. and Buchecker, M. (2010) Risk Communication and Natural Hazards. CapHaz-Net WP5 Report, Swiss Federal Research Institute WSL. (available at: http://caphaznet.org/outcomes-results/CapHaz-Net_WP5_Risk-Communication.pdf).
16. Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli Raporu (The Intergovernmental Panel on Climate Change-IPCC)(2012). Managing the Risks of Extreme Events and Disasters to Advance Climate Change Adaptation. New York: Cambridge University Press. https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/03/SREX_Full_Report-1.pdf.
17. Intrieri, E., Dotta, G., Fontanelli, K., Bianchini, C., Bardi, F., Campatelli, F., & Casagli, N. (2020). Operational framework for flood risk communication. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 46, <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101510>
18. Jonkman, S. N., & Dawson, R. J. (2012). Issues and Challenges in Flood Risk Management—Editorial for the Special Issue on Flood Risk Management. *Water*, 4(4), 785-792.
19. Keller, C., Siegrist, M., & Gutscher, H. (2006). The role of the affect and availability heuristics in risk communication. *Risk Analysis*, 26(3), 631-639.
20. Kellens, W., Terpstra, T., & De Maeyer, P. (2013). Perception and communication of flood risks: A systematic review of empirical research. *Risk Analysis: An International Journal*, 33(1), 24-49.
21. Kjellgren, S. (2013). Exploring local risk managers 'use of flood hazard maps for risk communication purposes in Baden-Württemberg. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 13(7), 1857-1872.
22. Koivumäki, L., Alho, P., Lotsari, E., Käyhkö, J., Saari, A., & Hyypä, H. (2010). Uncertainties in flood risk mapping: a case study on estimating building damages for a river flood in Finland. *Journal of Flood Risk Management*, 3(2), 166-183.

23. Lazrus, H., Morss, R. E., Demuth, J. L., Lazo, J. K., & Bostrom, A. (2016). "Know what to do if you encounter a flash flood": Mental models analysis for improving flash flood risk communication and public decision making. *Risk Analysis*, 36(2), 411-427.
24. Maidl, E., & Buchecker, M. (2015). Raising risk preparedness by flood risk communication. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 15(7), 1577-1595.
25. Merz, B., Thieken, A. H., & Gocht, M. (2007). Flood risk mapping at the local scale: concepts and challenges. In S. Begum, M.J.F. Stive & J.W. Hall (Eds.), *Flood risk management in Europe* (pp. 231-251). Springer, Dordrecht.
26. Oubennaceur, K., Chokmani, K., El Alem, A., & Gauthier, Y. (2021). Flood risk communication using ArcGIS StoryMaps. *Hydrology*, 8(4), 152.
27. O'Sullivan, J. J., Bradford, R. A., Bonaiuto, M., De Dominicis, S., Rotko, P., Aaltonen, J., Waylen, K., & Langan, S. J. (2012). Enhancing flood resilience through improved risk communications. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 12(7), 2271-2282.
28. Ping, N. S., Wehn, U., Zevenbergen, C., & Van Der Zaag, P. (2016). Towards two-way flood risk communication: Current practice in a community in the UK. *Journal of Water and Climate Change*, 7(4), 651-664.
29. Plate, E. J. (2002). Flood risk and flood management. *Journal of Hydrology*, 267(1-2), 2-11.
30. Posthumus, H., Hewett, C. J. M., Morris, J., & Quinn, P. F. (2008). Agricultural land use and flood risk management: Engaging with stakeholders in North Yorkshire. *Agricultural Water Management*, 95(7), 787-798.
31. Quirós, E., & Gagnon, A. S. (2020). Validation of flood risk maps using open source optical and radar satellite imagery. *Transactions in GIS*, 24(5), 1208-1226.
32. Rollason, E., Bracken, L. J., Hardy, R. J., & Large, A. R. G. (2018). Rethinking flood risk communication. *Natural Hazards*, 92(3), 1665-1686.
33. Sayers, P., Yuanyuan, L., Galloway, G., Penning-Rowsell, E., Fuxin, S., Kang, W., Yiwei, C. & Le Quesne, T. (2013). Flood risk management: A strategic approach. Asian Development Bank, GIWP, UNESCO, and WWF-UK, <https://think-asia.org/>.
34. Schanze, J. (2006). Flood risk management—a basic framework. In J. Schanze, E. Zeman, J. Marsalek (Eds.), *Flood risk management: Hazards*,

- vulnerability and mitigation measures* (pp. 1-20), NATO Science Series, vol 67. Springer, Dordrecht.
35. Schumann, G., & Di Baldassarre, G. (2010). The direct use of radar satellites for event-specific flood risk mapping. *Remote Sensing Letters*, 1(2), 75-84.
 36. Siegel, Z. S., & Kulp, S. A. (2021). Superimposing height-controllable and animated flood surfaces into street-level photographs for risk communication. *Weather and Climate Extremes*, 32, 100311.
 37. Snel, K. A., Witte, P. A., Hartmann, T., & Geertman, S. C. (2019). More than a one-size-fits-all approach—tailoring flood risk communication to plural residents' perspectives. *Water international*, 44(5), 554-570.
 38. Van Alphen, J., Martini, F., Loat, R., Slomp, R., & Passchier, R. (2009). Flood risk mapping in Europe, experiences and best practices. *Journal of Flood Risk Management*, 2(4), 285-292.
 39. Van Kerk Voorde, M., Kellens, W., Verfaillie, E., & Ooms, K. (2018). Evaluation of web maps for the communication of flood risks to the public in Europe. *International Journal of Cartography*, 4(1), 49-64.
 40. Winterscheid, A. (2007). Application of scenario technique in flood risk management. *Water Science and Technology*, 56(4), 87-95.
 41. Zahari, R. K., & Ariffin, R. N. R. (2013). Risk communications: flood-prone communities of Kuala Lumpur. *Procedia Environmental Sciences*, 17, 880-888.
 42. Zaharia, L., Costache, R., Prăvălie, R., & Ioana-Toroimac, G. (2017). Mapping flood and flooding potential indices: a methodological approach to identifying areas susceptible to flood and flooding risk. Case study: the Prahova catchment (Romania). *Frontiers of Earth Science*, 11(2), 229-247.

ENGELLİ BİREYE SAHİP AİLELERİN DUYGU DÜZENLEMELERİ

Dr. Öğr. Üyesi Deniz Şarlak

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-6246-8301

Giriş

Tüm toplumlarda çocuklar, geleceğin yetişkini olarak görülen, özenle yetiştirilen, eğitilen ve eldeki olanaklar en üst düzeyde kullanılarak, tüm gereksinimleri karşılanan değerli bireylerdir. Birçok aile çocuğu evliliklerinin bir ürünü ve tamamlayıcı bir unsuru olarak görür. Hamilelik döneminde özellikle anne, doğacak çocuğunun şeklini zihninde oluşturur. Kuşkusuz aklında canlandırdığı çocuk kendisinin, eşinin ve yakın çevresindeki kişilerin beklentilerinden esinlenerek oluşmaktadır. Ayrıca bu beklentiler toplumun yarattığı “ideal çocuk” olgusundan da etkilenir. Dolayısıyla aile, bir yandan bu beklentilerin gerçekleşeceği umudunu yaşarken diğer yandan gerçekleştiremeyeceği kaygısı içinde olabilir. Aile içinden ya da dışından kaynaklanan pek çok etmenin sonucu olarak bu duygulardan birisi ağırlık kazanır (Ahmetoğlu, 2005).

Beklenen çocuğun özel gereksinimli olarak dünyaya geldiği durumlarda ise aile büyük bir hayal kırıklığına uğramaktadır. Hayatlarında dünyaya gözlerini yeni açan ve diğer bebeklerden farklı olan bir misafir bulunmaktadır. Böyle bir duruma hazırlıksız yakalanmanın şoku içerisinde aile, ne yapacağını bilememektedir. Bir taraftan “Neden ben?”, “Neden böyle oldu?” diye kendi içindeki sorulara cevap bulmaya çalışırken, diğer taraftan da çocuğu hakkındaki toplumun meraklı sorularıyla karşı karşıya kalmaktadır. Çocukları hakkında herkesin bir yorumu bulunmaktadır. Bu sırada “Gerçek nedir?”, “Çocukları acaba düzelebilecek midir?”, “Yoksa bu onlara bir cezası mıdır?”, “Neden?... diye başlayan sorulara yanıt arayan eşler, bu nedeni birbirlerinde aramaya başlayabilmekte, birbirlerini suçlayabilmekte ve birbirlerinden uzaklaşıp boşanmaya karar verebilmektedirler. Bir taraftan eşlerin evlilikleri derinden sarsılırken diğer taraftan özel gereksinimi olan çocuğun gereksinimlerinin giderilmesi gerekmektedir. Bu durumda aile korku, endişe, panik, yas ve engellenme gibi başlı başına zor olan duyguları bir arada yaşayabilmektedir (Akça ve Özyürek, 2019).

Ailede engelli bir çocuğun varlığı toplumdan gelebilecek olumsuz tutumlara açık olabileceğinden anne babalar ekonomik, duygusal ve toplumsal yönden etkilenebilmektedirler. Bu ailelerin yaşamlarının stres yaratan durum ya da olayla kuşatılması, onların normal bir yaşam sürdürmelerini önemli ölçüde engeller ve birçok uyum sorunu ile karşı karşıya kalmalarına yol açabilir (Avşaroğlu ve Gilik, 2017). Aile sürekli sorunlarla karşı karşıya olmasına karşın,

çözüm yolları sınırlıdır. Bir anlamda engelli çocuğun sorunlara ailenin de sorunlarıdır. Bu durum tüm aileyi hem işlevsel hem de duyuşsal yönden etkiler. Engelli çocuğu olan aile, evlilik bütünlüğünü koruma, ekonomik durum, çocukların eğitimi, dini inançları ve çocuğun cinsiyeti ile ilgili sorunlarla karşı karşıyadırlar.

Ailelerin karşılaştıkları sorunlarla en iyi şekilde başa çıkmaları ve bu duruma uyum sağlayabilmeleri için yardıma gereksinimleri vardır. Engelli çocuklara hizmet veren birçok programda, ailelerin yardıma gereksinimi olduğunun vurgulamasına karşın, bu yardımların doğrudan aileye yönelik olmadığı çoğunlukla çocuğa odaklandığı görölmektedir (Avşaroğlu ve Güleş, 2019). Engelli bireylerin kendi özellikleri ve performansları çerçevesinde olabilecek en üst düzeyde gelişimlerinde, toplumda üretken ve bağımsız yaşamını sürdürebilmesinde; ebeveynler, akranlar, engelli birey ve ailesine hizmet veren ilgili meslek grupları, çalışma yaşamında diğer gruplar (işverenler, engelli olmayan çalışan bireyler, sivil toplum örgütleri vb.) ve toplumdaki diğer insanların engelli bireylere yönelik tutumlarının önemli bir rolü vardır. Engelli bir bireye sahip olma aile kurumunu etkilemektedir. Ailelerin yaşadıkları duyuşsal zorlanma, engelli bireylerin durumuna ilişkin yeterli bilgi edinememe, başkalarına bu durumu açıklamada çekilen güçlük, engelli bireyde görölen davranış ve sağlık sorunları, tedavi ve eğitim konusunda pek çok uzmanla görüşme gerekliliği, uygun eğitim ortamını bulma çabaları, daha fazla zaman, para ve enerji ihtiyacı ve engelli bireyin geleceğine ilişkin kaygılar aileler için önemli gerginlik kaynaklarını oluşturmaktadır (Turan ve ark., 2020).

Ailenin engelli bireye yönelik tepkileri engelin tipine, derecesine, oluş zamanına, teşhis zamanına, aile üyelerinin kişilik özelliklerine, eşler arası evlilik ilişkisine, ailenin sosyo-ekonomik ve kültürel düzeyine, aile içi ve dışı destek sistemlerinin varlığına bağlı olarak bir aileden diğerine farklılık göstermektedir. Ebeveyn stresi ve depresyon gibi ruhsal sağlık problemleri, zihinsel engelli çocukların ebeveynlerinde, engelli olmayan çocukların ebeveynlerine göre daha sık rastlanıyor. Örneğin, stres altındaki ailelerin, davranış bozukluğu olan çocuklarına karşı tutumları farklılıklar gösteriyor ve depresyondaki ebeveynlerin çocuklarıyla iletişimlerinde ciddi farklılıklar gözleniyor (Özyürek, 2022).

Ailelerin engelli bireyleri nedeniyle yaşadıkları gerginlik onlarla etkili bir iletişim kuramama, engelli bireylerine ilişkin gerçekçi olmayan beklentiler içine girme, engelli bireylerin duyuşsal ihtiyaçlarını göz ardı ederek sadece fiziksel gereksinimlerini karşılama vb. negatif tutumlar geliştirmelerine neden olabilmektedir (Kahriman, Polat, Gurol, 2019).

1. Ailelerdeki Duygusal Tepkileri Açıklayan Modeller

İnsanlar, üstesinden gelemedikleri bir problemle karşılaştıklarında çeşitli duygusal gerçeğin uyuşmazlığı aileyi hayal kırıklığına uğratar ve ailenin karmaşık duygular yaşamasına neden olur. Ailenin yaşadığı duygular ve gösterdikleri tepkiler her ailede ve aile içindeki her bireyde farklılık göstermektedir. Engelli bir çocuğa sahip olduğunu öğrenen aile çok değişik duygusal tepkiler geliştirmektedir. Bu durumdaki ailenin gösterdiği duygusal tepkileri açıklamaya yönelik çeşitli modeller öne sürülmüştür. Duygusal tepkileri açıklayan modeller; aşama modeli, sürekli üzüntü modeli, kişisel yapılanma modeli, çaresizlik-güçsüzlük ve anlamsızlık modeli şeklinde gruplanmaktadır (Rolleri ve ark., 2017).

1.1. Aşama Modeli

Aileler için engelli bir bireye sahip olacaklarını veya olduklarını öğrenmek, yaşamlarının en zorlu deneyimidir. Bilindiği gibi engellilik olgusu bazen doğum öncesi veya doğumda teşhis edilmekle birlikte bazen de hastalık, kaza vs. nedenlerle sonradan da ortaya çıkabilmektedir. Bu durumda aileler için en genel güçlük, engelliliğe ilişkin durumun teşhisi ya da öğrenme aşamasındadır. Bekleme süreci, son derece yıpratıcı bir dönemdir. Gerçeği öğrenmek, aileler açısından belirsizliğe tercih edilen bir durumdur (Ulusoy ve ark., 2021).

Bu modelin engelli çocuğa sahip bütün aileler için geçerli olduğu düşünülmekte ve bu modele göre ebeveynlerin durum karşısında gösterdiği ilk tepkilerin çeşitli aşamalardan geçtiği görülmektedir. Bu aşamaların şokla başlayıp kabullenmeye kadar uzanan bir dizi duygusal tepkiyi içerdiği vurgulanmaktadır (Sertel ve ark., 2016).

1.1.1. Birincil Tepkiler

a) Şok: Çocuğunun engelli olduğunu öğrenen ailelerde sıklıkla gözlenen tepkilerden ilkidir. Genellikle bu durum; ağlama, tepkisiz kalma ve kendini çaresiz hissetme şeklinde ortaya konmaktadır.

b) Reddetme: Bazı anne-babalar çocuklarının engelli olduğunu kabul etmek istemeyebilirler, bir savunma mekanizması olan reddetme, bilinmeyene karşı duyulan korkudan kaynaklanmaktadır. Çocuğun ve kendilerinin gelecekte yaşayabileceklerine yönelik duyulan endişeler, kaygılar, üstlenilmesi gereken sorumluluklar, "halimiz ne olacak?" sorusuna yetersiz kalan açıklamalar, reddetme davranışının görülmesine neden olmaktadır. Bu davranışın düzeltilebilmesi zaman almaktadır (İlhan, 2017).

c) Acı Çekme ve Depresyon: Genellikle anne-babalar engelli çocuğa sahip olmaları nedeniyle hayal kırıklığına uğrarlar. Çoğunlukla anne-babalar için özür; hayallerinde yaşattıkları ideal çocuğun yok olmasının sembolü olabilmektedir. Böyle bir durumda duyulan acı, gerçekten çok sevilen birinin kaybedilmesi karşısında duyulan acıya eşittir. Acı çekme, gerçeğin kabul edilmesini kolaylaştıran bir duygu olarak görülmektedir (Çolak ve Kahrıman, 2021). Depresyon ise; genellikle acı çekme süreci sonunda ortaya çıkmaktadır. Çoğunlukla anne-babalar yüklendikleri sorumluluklar karşısında her şeye güçlerinin yetmeyeceği inancı ile depresyona girmektedirler. Acı çekme ve depresyon sonucu ailelerde "geri çekilme" ya da "sosyal etkileşimlerden kaçınma" davranışları gözlenebilmektedir. Engelin bilinmeyen yönleri, çözümsüzlüğün getirdiği çaresizlik, endişe, gelecek korkusu, sıklıkla bireylerin acı çekmelerine neden olabilmektedir. Aileler çocuğun engeli ile ilgili bilgileri edindikçe, çocuklarına nasıl yardım edebileceklerini öğrendikçe ve bir şeyler başarılıldıkça, yaşadıkları bu tür duyguların etkisi azalmaktadır (Çolak ve Kahrıman, 2021).

1.1.2. İkincil Tepkiler

a) Suçluluk Duyma: Engelli çocuğa sahip olan her ailede yoğun olarak, acı çekme ile gözlenen tepkilerdendir. Anne babaların çocuklarındaki engele kendilerinin neden olduklarını düşünmelerinden ya da bazı hatalı davranışları sonucunda tanrı tarafından cezalandırılmış olabileceklerine inanmalarından kaynaklanabilmektedir (Zabun ve Arslan, 2021).

b) Kararsızlık: Engelli çocuğa sahip olan bazı anne babalarda, duruma hemen uyum sağlama gözlenirken, bazılarında bu süreç daha uzun sürmektedir. Kabullenmede görülen kararsızlık, aile bireylerinin birbirlerini suçlamalarından kaynaklanabilmektedir (Zabun ve Arslan, 2021).

c) Kızgınlık Duyma: Kızgınlık duyma, genellikle anne babaların kabullenme sürecinde yaşanan ve kabullenmeyi engelleyici duygudur. "Neden ben?", "neden benim/bizim çocuğumuz" soruları sıklıkla sorulur. Kızgınlığı kişi kendine yöneltebileceği gibi ailenin diğer üyelerine, engelli bireye ve diğer insanlara yansıtabilir. Doktorlar, eğitimciler ve terapistler de kızgınlık duyulan kişiler olabilmektedir. Anne babaların bu duygudan kurtulabilmeleri için mesleki yardım almaları gerekmektedir. Bir başkasını suçlama, kızgınlık duygularını dile getirme, aslında kişinin duyduğu suçluluğu azaltmak ya da ondan kurtulmak amacıyla geliştirdiği bir tepkidir. Kısa süre içinde kontrol altına alınması, anne baba ve çocuk açısından yararlı olacaktır (Zabun ve Arslan, 2021).

d) Utanma: Her anne-baba kendi çocuğunun başarılı olmasını, onaylanmasını ve kabul görmesini arzu eder ve bundan da son derece gurur duyar. Oysa engelli çocuğun, çevrede kabul görmemesi, hatta alay edilmesi, acınması, korkulması ve reddedilmesi gibi olumsuz tutum ve davranışlar yaşayabilmektedirler. Tüm bunlar karşısında aile, engelli bireyden utanma duygusu geliştirebilmektedir. Sıklıkla, başkaları ile görüşmeyerek, çocuklarını da eve kapatmayı tercih etmektedirler. Öte yandan, çocuğun toplum içindeki etkinliği, anne ve babanın kendilerine ait rollerini, görev ve sorumluluklarını yerine getirmeleriyle yakından ilişkilidir (Balcı ve ark., 2019).

1.1.3. Üçüncül Tepkiler

a) Uzlaşma: Bu davranışları gösteren kişiler, sıklıkla "eğer çocuğuma bir çare bulursan, hayatımı sonuna kadar sana adarım" inancını taşımaktadırlar. Çocuğun derdine çare bulunması, ailelerde son girişim olarak ele alınmaktadır (Toros, 2003).

b) Uyum Sağlama ya da Kabul Etme: Anne babanın çocuklarıyla daha olumlu ilişkiler kurabileceklerini fark etmeleriyle başlayan bir süreçtir. Aile üyelerinin tümünün, engelli çocuğun ailelerindeki varlığı gerçeğini kabul etmeleri aşamasıdır. Kaygılar, korkular azalmış, utanma gibi olumsuz duygularla baş edilmiştir. Artık aile çocuk için ve çocukla birlikte neler yapılabileceğini düşünür ve planlamaya başlamıştır. Böyle bir ortamda çocuğa da kendi engelini kabul etme ve onunla daha nitelikli bir yaşam sürme şansı tanınmış olacaktır (Turan ve İşler Dalgıç, 2017).

1.2. Sürekli Üzüntü Modeli

Bu yaklaşıma göre, anne-babalar çocuklarının engelli olmasından dolayı sürekli bir üzüntü ve kaygı içindedirler. Üzüntü ve kaygının sürekliliği aile içi yaşantılara, çocuğun engeline ve toplumsal tepkilere bağlıdır (Karaaslan ve Çelebioğlu, 2020).

1.3. Kişisel Yapılanma Modeli

Bu yaklaşımda, duygulardan çok bilişler temel alınmakta ve ailelerin engelli bir çocuğa sahip olmaktan dolayı gösterdikleri tepkiler, durum karşısında geliştirdikleri yorumlar ve algılarla açıklanmaya çalışılmaktadır. Çocuğun engelli olmasıyla çeşitli duygular yaşayan aileler bu aşamada kendilerine ve çocuklarına ilişkin yeniden yapılanma sürecine girerler (Bardakcı, ve Kutluata, 2021; Gülperi ve Doğan, 2020).

1.4. Çaresizlik - Güçsüzlük ve Anlamsızlık Modeli

Bu model, diğer modellere kıyasla, anne-babalar için daha kötümser bir tablo ortaya koymaktadır. Bu yaklaşıma göre, engelli bir çocuğun aileye katılımının

ebeveynde yarattığı duygular, genel olarak çevresinin tepkilerinden kaynaklanmaktadır.

2. Duygu ve Duygu Düzenlemeleri

Duygu iç ve dış uyarımların, zihinsel işlevlerinden ayrı olarak kişide yarattığı değişme, etki ve tepkilerin bütünüdür. Bir başka deyişle, uyarmaların hoşla gitmesi ya da gitmemesi sonucu, insanda haz ya da elem doğrultusunda uyanan izlenimlerdir (Şarlak, 2008). Haz hoşla giden bir hal, elem ise hoşla gitmeyen bir haldir. Eski çağlarda insanların nasıl yaşadıklarına, sorunlarla nasıl başa çıktıklarına ve hayatta kalmayı nasıl başardıklarına baktığımızda, duyguların yaşamımızda önemli bir işlevi olduğunu bilmekteyiz. Duygular, amaca hizmet ettiklerinde yol gösterici, harekete geçirici bir işleve sahiptirler. İlkel insan zor koşullarda yaşamını sürdürmek için duygularının önderliğine güvenmek zorundaydı. Her duygu bizi bir şekilde hareket etmeye hazırlar; her biri insan hayatında tekrarlanan güçlüklerle baş edebilecek şekilde bizi yönlendirir (Güven ve Ünal, 2020).

Duygular, yaşamın akışı içinde alınabilecek sonsuz sayıda kişisel karar arasından seçim yapılmasında çok önemli bir rol oynarlar. Hangi mesleğin seçileceği, nerede yaşanacağı, kiminle evlenileceği vb. pek çok karar salt mantığa dayanarak alınamaz. Bu tip konularda salt biçimsel mantık ise yaramaz, doğru kararların verilebilmesi için kişinin güdülerine ve geçmiş yaşantılarından derlenmiş duygusal tecrübelerine ihtiyacı vardır (Onat ve Otrar, 2010).

Duygusal süreç çağrışımsaldır, bir gerçekliği simgeleyen ya da onun bir anısını çağrıştıran öğeleri, o gerçekliğin aynısı olarak kabul eder. Duygusal sürece göre önemli olan, bir şeyin nasıl algılandığı, nasıl görüldüğüdür. Bir şeyin insana ne hatırlattığı, ne olduğundan daha önemli olabilir. Akılcı süreç, nedenlerle sonuçlar arasında mantıksal bağlantılar kurarken, duygusal süreç ayırım yapmadan sadece benzer çarpıcı özellikleri dikkate alır. Duygusal süreç birçok açıdan çocuksudur ve bu özelliği duygu güçlendikçe artar. Akılcı sürecin inançları geçicidir, yeni kanıtlar geldiğinde değiştirilebilir. Duygusal süreç (zihin) ise inançlarını mutlak doğrular olarak kabul eder ve bunlara ters düşen kanıtları kabul etmez (Demirci ve Güneri, 2020).

Bireyler duygularını ifade etmeselerdi; derin bir çaresizlik, depresyon, vicdan azabı olmazdı, fakat aynı zamanda mutluluk, eğlence ve aşk da olmazdı. Açıkça eğer duygularımızı yaşamada ve yansıtmada bir kısıtlama olsaydı, hayat da buna bağlı olarak daha az tatmin edici, hatta çok sıkıcı olurdu. Duygular hayatı daha ilginç hale getirmenin ötesinde hangi amaçlara hizmet ederler? Günlük

hayatımızda duygularımızın gerçekleştirdiği işlevler; Bizi harekete hazırlarlar; duygular çevredeki olaylarla, bireylerin bunlara karşı göstermiş oldukları tepkiler arasında, aracılık görevini üstlenirler. Gelecekteki davranışlarımızı biçimlendirirler; duygular, gelecekte uygun tepkiler vermemizi sağlayan bilgilerin öğrenilmesine öncülük ederler. Sosyal ilişkilerin düzenlenmesine yardımcı olurlar: Sözel veya sözsüz iletişimde bulunduğumuz zaman yaşadığımız duygular dışarıdan izleyenler için genellikle çok açık ve nettir. Bu davranışlar, için, bizim o an yaşadığımız duyguları daha iyi anlamak ve ileride olası davranışlarımızı tahmin etmek yönünde gösterge (sinyal) niteliği taşırlar (Akbulut, 2018; Şarlak, 2022).

Bugün sahip olduğumuz hiçbir duygu tesadüfen veya kazara ortaya çıkmış değildir. Tüm duygular, aynı organlarımız gibi belirli işlevlere sahip oldukları için, evrim süreci boyunca varlığını korumuş ve günümüze ulaşmıştır. Duyguların genel işlevi doğaya ve topluma uyum sağlamaktır. Böylece hayatta kalma ve bu dünyada tutunabilme ihtimalimizi artırırız. Ayrıca insanın, hem yaşamını sürdürebilmek için bir motivasyon kaynağı olarak hem de varoluş düzeyini yükseltip, kaliteli yaşamak için duygulara ihtiyacı vardır (Gross ve John, 2003).

2.1. Duygusal Düzenleme

Duygusal yaşantı bilişsel değerlendirme kuramlarına göre aşamalarından (öncül olay, olay kodlaması davranış hazırlığı) oluşmakta ve duygusal düzenleme ve bu aşamaların her birinde ortaya çıkabilmektedir. Rosenberg insanların duygusal yaşantılarından yararlanarak ya da kendilerinin iç durumdan hareketle kasıtlı olarak duygularını düzenleyebileceklerini savunmaktadır. Bireyler anlaşılması güç olan duygularını çeşitli yollarla düzene sokmaktadırlar. Duygu düzenlemesi, bireylerin hangi duygulara sahip olduklarını, duyguları nasıl yaşadıklarını ve ifade ettiklerini etkilemek için gösterdikleri çabalara işaret etmektedir. Bu tür çabalar kısmen otomatik ya da kontrollü, bilinçli ya da bilinçsiz olabilir ve duygu düzenlemesinin pozitif veya negatif duyguların çeşitli yönlerini alt ve üst düzenlemelerini kapsayabileceği iddia edilmektedir (Gross, 1998; Şarlak, 2022).

Genel olarak kullanılan iki tane duygu düzenleme boyutu vardır. Birincisi bastırma ve ikincisi yeniden değerlendirmedir. Bastırma duygularının ortaya çıkmasına karşı davranışsal yolla tepkiyi değiştirme iken, yeniden değerlendirme duygularının ortaya çıkma olasılığı hakkındaki düşüncelerinin değişmesidir. Duygular genellikle sosyal etkileşim esnasında ortaya çıkmakta ve insanlar bu duygularını duygusal etkileşim esnasında düzenlemektedirler. Çünkü hedeflerine

ulaşmak ve önem verdikleri diğer insanlarla olan ilişkilerini sürdürmek istemektedirler. Özellikle bastırmayı kullanan bireyler olumlu ve olumsuz duygusal yaşantılarını diğerleriyle daha az paylaşmaktadır. yaşamda bastırma kullanmanın sonuçlarından biri, kendi içinde ve dışsal tutum arasındaki derin duygu düzensizliğidir. Yeniden değerlendirmeyi kullanan bireyler için birçok olumlu durum söz konusudur; daha fazla duygusal yaşantıyı deneyimlemekte ve bu etkileşimde meydana gelen olayların pozitif yönlerini ele almaktadırlar. Yeniden değerlendirmeyi kullanmanın etkilerinden bir tanesi de olumsuz duyguların etkisinin azaltılmasıdır. Yeniden değerlendirme için, teorik ve önceki deneysel çalışmalar sonucu anlaşılması öne sürülen hipotezler: sıklıkla değer değişimlerinin kullanımı, olumlu duygularda artış ve olumsuz duygularda daha az deneyim ve ifadelerle bağlantılıdır (Gross, 2015). Günlük yaşamımızda baskı, güvenle olan bağlantısıyla olumsuz etkilerini arttırabilir. Özellikle baskıyı sıklıkla kullanan bireyler, kendilerindeki güven eksikliğinin fazlasıyla farkındadır. Kişi ve deneyim arasındaki uyum bireyin kendisini kötü hissetmesi ve hatta depresif semptomlar göstermesiyle bağlantılıdır (Şarлак ve Tabak, 2010). Böylelikle baskıyı günlük yaşamda kullanma, aslında daha büyük bir negatif duygu yaşantısıyla bağdaşmış olduğunu gösterir. Anlatılmak istenen, duygusal düzenlemeler üzerinde çalışırken bireysel farklılıklar arasında önemli bir fark olduğudur. Baskıyı kullanan bireyler, kullanmayanlara göre olumsuz duygu edinmeye daha yatkındırlar (Gross ve John, 2003, Şarлак, 2022). Daha da önemlisi, olumsuz duygu yaşantısı ve baskı arasındaki bağlantı tamamen güvenle alakalıydı; bunun anlamı güvensizlik duygusu kontrol edildiğinde bu bağlantının tamamen ortadan kalmasıydı. Açıkçası baskı ve olumsuz duyguyu tam olarak anlamak için çok daha fazla araştırma yapmak gerekmektedir. Bununla beraber şu an için geçerli olan bulgularla iki önemli yargıya varılmıştır: genellikle deneysel ve bireysel farklılık girişimleri benzer sonuçlar meydana getirir; ancak günlük yaşamda ki tecrübesel düzenlemelerde, negatif duyguda meydana gelen bağlantı daha karışıktır ve ilginçtir (Bintaş-Zörer ve Yorulmaz, 2022).

Yeniden değerlendirmenin kullanılması, hem pozitif duyguda hem de pozitif duyguların ifade edilmesinde çok etkili olmaktadır.

Engelli çocuk ailelerinde en belirgin olarak yaşanan duygusal sorunlar, keder ve yas tutmadır. Başlangıçta inkâr, suçlama, utanma, umutsuzluğa düşme, kendine ve çocuğa acıma duyguları aileyi tümüyle etkisi altına alarak ailenin strese girmesine neden olur. Bu duygular kişileri bunalıma kadar sürükleyebilmektedir (Bekdaş, 2022).

Sosyal çevreden gelebilecek olumsuz tepkiler, aile üyelerinin çocuğun nasıl görüldüğü ile ilgili utançları aileyi bulundukları çevreden uzaklaştırmakta, aileyi

yalnızlığa itebilmektedir. Bu durum, ailenin yaşamını daha çok zorlaştırmaktadır. Çünkü engelli çocuğun varlığının getirdiği sorun ve zorluklar, ailelerin sosyal aktivitelere daha az zaman ayırmalarına neden olmaktadır. Bu durumdan en çok anneler etkilenmektedir. Annelerin, çocukların bakımı ile daha yakından ilgilenmeleri, gereğinden fazla enerji sarf etmelerine ve kendilerini yorgun hissetmelerine neden olmaktadır. Böylece kendilerine bile zaman ayıramayan anneler; eşleriyle, diğer çocuklarıyla ve çevreleriyle daha az iletişim kurmaktadır (Özyürek, 2022).

Engelli çocuğa sahip olan anne – babaların bu sorunlarla daha iyi mücadele etmeleri sosyal destek mekanizmalarıyla yakından ilgilidir. Ailelerin yaşadığı bu beklenmedik ve karmaşık durumla başa çıkmaları, büyük ölçüde diğer ailelerle ilişkilerine, onlardan aldıkları desteğe ve onlara ne ölçüde yardım edebildiklerine bağlıdır. Tüm bunlar ışığında araştırma engelli bireye sahip ailelerin duygu düzenlemelerini belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Araştırma Soruları

1. Engelli çocuğa sahip ailelerin duygu düzenlemesi puan ortalaması nedir?
2. Engelli çocuğa sahip ailelerin duygu düzenleme alt boyutları puan ortalaması nedir?
3. Engelli çocuğa sahip ailelerin duygu düzenleme alt boyutları puan ortalamaları ile yaş arasında fark var mıdır?
4. Engelli çocuğa sahip ailelerin duygu düzenleme alt boyutları puan ortalamaları ile öğrenim durumu arasında fark var mıdır?

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, araştırma grubu, veri toplama araçları, veri toplama süreci ve verilerin analizi hakkında açıklamalar yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma engelli bireye sahip ailelerin duygu düzenlemelerini belirlemek amacı ile yapılmıştır. Araştırmanın amacına göre; tanımlayıcı araştırma, kapsadığı zaman boyutuna göre; kesitsel araştırma, veri toplama biçimine göre ise; anket araştırmasıdır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Muğla İli Fethiye ilçesinde bulunan 3 özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi'nden eğitim almakta olan engelli bireye sahip aileler oluşturmaktadır. Evrenin tamamı 1180 aile örnekleme alınmıştır. 25 ailenin ön uygulamaya katılması, anket yapmayı kabul etmeyen 10 veli ve diğer velilerin engelli merkezine gelmemeleri nedeni ile evrenin tamamına ulaşılamamıştır.

3.4. Veri Toplama Araçları

Veriler araştırmada kişisel bilgi formu (16 soru) ve duygu düzenleme  l eği (10 soru) olmak üzere iki veri toplama aracı kullanılarak elde edilmiştir.

Kişisel Bilgi Formu: Araştırmacı tarafından oluşturulan araştırmaya dahil edilen engelli ailelerin araştırmada bağımsız değişken olarak alınan demografik özelliklerinden cinsiyet, yaş, aile tipi, eğitim durumu, engelli  ocuk sahip olma durumları ve sosyo-ekonomik durumlarını içeren 16 sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır.

Duygu Düzenleme  l eği (Emotion Regulation Questionnaire, ERQ): John ve Gross (2004) tarafından bireylerin duygu düzenleme stratejilerini ölçmek üzere geliştirilen ölçek 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte iki tane duygu düzenleme alt boyutu bulunmaktadır. “Birincisi bastırma ve ikincisi yeniden değerlendirme dir. Bu genel duygu maddeleri en az bir tane olumsuz duyguyu ( z nt  ve kırgınlık) ve bir tane de olumlu duyguyu (sevinç ve neşe)  l ecek madde içermektedir. Katılımcılar her bir duygu ifadesini 5 aralıklı Likert tipi ölçek kullanarak (aşırı miktarda ve hiç) verilen zaman diliminde hangi oranda yaşadıklarını değerlendirmektedir. Türkçe geçerlilik ve güvenirliliği Yurtsever tarafından 2004 yılında yapılan yeniden değerlendirme için iç tutarlılık katsayısını 0.85, bastırma içinse 0.78 olarak rapor etmiştir. şarlak (2008) ise çalışmasında Duygu Düzenleme  l eğinin alt boyutlarından bastırmanın iç tutarlılık katsayısı .76 ve yeniden değerlendirme alt boyutunun ise .77 olarak bulunmuştur. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 5, en düşük puan 1’dir. Çalışmada katılımcılara uygulanan ölçeklerin iç tutarlılık katsayısı yeniden değerlendirme .63, bastırma .85 olarak belirlenmiştir.

3.5. Verilerin Toplama Süreci

Araştırma sorularımızın temellendiği değişken (duygusal düzenleme), bu alanda geliştirilen ölçek yoluyla belirlenmiştir. Değişken için karar verilen ölçek daha sonra araştırma paketi haline getirilerek tek tek araştırmacı tarafından uygulanmıştır.

3.6. Verilerin Değerlendirilmesi

Anket uygulaması sonunda elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS (statiscal package for social sciences) 22.0 paket programı kullanılarak oluşturulan veri tabanına kodlanmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde; sayı, yüzde, aritmetik ortalama standart sapma ile merkezi dağılım  l  tleri gösterilmiştir. Independent-Samples t testi, varyans, kruskal-wallis testleri kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Çalışmada öncelikle tüm değişkenlerin betimsel istatistikleri verilmekte sonrasında ilgili değişkenlerin kruskal wallisleri ve independet-samples t testi

hesaplanmıştır. Çalışmada katılımcıların duygusal düzenlemelerini (duygu düzenleme ölçeği) değerlendirmek üzere alınan ortalama değerler Tablo 12 ve Tablo 13’de belirtilmektedir.

Tablo 3. Engelli Çocuğa Sahip Ailelerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Dağılımı (n=1180)

Görüşme Yapılan Aile Üyesi	n	%
Anne	830	70.3
Baba	280	23.7
Abla	70	5.9
Yaş Dağılımı		
18-19 yaş	30	2.5
20-35 yaş	390	33.1
36-50 yaş	550	46.6
50 yaş ve üzeri	210	17.8
Öğrenim Durumu		
Okur-yazar değil	180	15.3
İlkokul	650	55.1
Ortaokul	200	16.9
Lise	110	9.3
Üniversite	40	3.4
Aile Yapıları		
Çekirdek Aile	840	71.2
Geniş Aile	340	28.8
Gelir Durumları		
Gelir giderden az	570	48.3
Gelir gidere eşit	560	47.5
Gelir giderden fazla	50	4.2
Sağlık Güvenceleri		
Var	1040	88.1
Yok	140	11.9
Toplam	1180	100.0

Tablo 3’de araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin demografik özelliklerine göre dağılımları yer almaktadır. Engelli çocuğa sahip ailelerden görüşme yapılan aile üyesine göre; %70.3’ünün anne, %46.6’sının 36-50 yaş arasında; %55.1’inin ilkokul mezunu olduğu saptanmıştır. Ailelerin

%71.2'sinin çekirdek aile, %88.1'inin sağlık güvencesinin olduğu, % 48.3'ünün gelirin giderden az olduğu saptanmıştır.

Tablo 4. Engelli Çocuğa Sahip Ailelerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Dağılımı II (n= 1180)

Çocuk Sayısı	n	%
1 çocuk	130	11.0
2 çocuk	490	41.5
3 çocuk	370	31.4
4 çocuk ve üzeri	190	16.1
Engelli Çocuk Sayısı		
1 çocuk	1180	100.0
Engelli Çocuk Kaçınıcı		
1. çocuk	470	39.8
2.çocuk	460	39.0
3.çocuk	130	11.2
4. çocuk ve üzeri	120	11.0
Toplam	1180	100.0

Tablo 4'de araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin demografik özelliklerine göre dağılımları yer almaktadır. Ailelerin; %41.5'inin iki çocuk sahibi, %100'ünün 1 tane özürlü çocuğu, %39.8'inin 1. çocuğunun engelli olduğu saptanmıştır.

Tablo 5. Engelli Çocuğa Sahip Ailelerin Sosyal Aktivite Durumlarını Değerlendirme (n= 1180)

Sosyal Aktiviteler	n	%
Ev işi yapmak	590	33.9
Televizyon izlemek	300	25.4
El işi yapmak	170	14.4
Kitap okumak	90	7.6
Diğer	190	16.1
Toplam	1180	100.0

Tablo 5'de araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin sosyal aktivite durumlarını değerlendirme dağılımı yer almaktadır. Ailelerin sosyal aktivite olarak; %33.9'unun ev işi yaptığı, %25.4'ünün televizyon izlediği, %14.4'ünün el işi yaptığı, %7.6'sının kitap okuduğu, %2.5'inin müzik dinlediği, %16.1'inin diğer (sera işi, çocuk bakımı vb..) aktiviteleri yaptığı saptanmıştır.

Tablo 6. Engelli Çocuğa Sahip Ailelerin Sosyal Çevresinin Engelli Çocuklarından Dolayı Uzaklaşma Durumu (n= 1180)

Sosyal Çevrenin Etkilenme Durumu	n	%
Evet	580	49.2
Hayır	600	50.8
Toplam	1180	100.0

Tablo 6’da araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin sosyal çevresinin engelli çocuklarından dolayı uzaklaşma durum dağılımları yer almaktadır. Ailelerin engelli çocuğa sahip olma durumlarından dolayı; %49.2’sinin sosyal çevresini etkilendiği, % 50.8’inin sosyal çevresinin etkilенmediği saptanmıştır.

Tablo 7. Engelli Çocuğa Sahip Ailelerin Duygu Düzenleme Puan Ortalamalarının Dağılımı (n= 1180)

	X ± SS	t	p
Duygu Düzenleme	3.37 ±0.57		
t=63.31	p<0.05		
Duygularını yeniden değerlendirme	3.55 ±0.75		
t=50.91	p<0.75		
Duygularını bastırma	3.09 ± 0.93	t=	
36.16	p< 0.05		

Tablo 7’de engelli çocuğa sahip ailelerin duygu düzenleme ölçeğinden aldığı puan ortalamaları dağılımları verilmiştir. Engelli çocuğa sahip ailelerin duygularını düzenleme puan ortalaması $\bar{X}=3.37\pm0.57$ tespit edilmiştir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 5 en düşük puan 1’dir. (t=63.31, p<0.05). Ailelerin duygularının yeniden değerlendirme alt boyut puan ortalaması $\bar{X}=3.55\pm0.75$ ve duygularını bastırma alt boyut puan ortalaması $\bar{X}=3.09\pm0.93$ olduğu saptanmıştır. Ailelerin duygularını yeniden değerlendirme puan ortalaması, duygularını bastırma puan ortalamasından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (t=50.91, p< 0.05).

Tablo 8. Engelli Çocuğa Sahip Ailelerin Görüşme Yapılan Aile Üyesine Göre Duygu Düzenleme Alt Boyut Puanlarının Ortalamaları (n=1180)

Aile Üyesi	n	%	Yeniden	Bastırma
			Değerlendirme	
			$\bar{X}\pm Ss$	$\bar{X}\pm Ss$
Anne	830	70.3	3.54 ± 0.74	3.07±0.86

Baba	280	23.7	3.54 ± 0.85	3.25 ±1.15
Abla	70	5.9	3.71 ± 0.59	2.75 ± 0.69
KW=0.19 Sd=2 P>0.05 KW=2.60 Sd=2 P>0.05				

Engelli çocuğa sahip ailelerin görüşme yapılan aile üyelerine göre duygu düzenleme alt boyut puan ortalamaları standart sapmaları KW değerleri, serbestlik dereceleri ve önemlilik düzeyleri tablo 8 de verilmiştir. Buna göre annelerin duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.54\pm0.74$), babaların duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.54\pm0.85$), ablaların duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.71\pm0.59$) bulunmuştur. Duygu düzenleme alt boyutlarında duygularını yeniden değerlendirme ile görüşme yapılan aile üyesi arasında anlamlı bir farklılık yoktur. $KW_{(2)}=0.19$, $P>0.05$.

Engelli çocuğa sahip ailelerin görüşme yapılan aile üyelerine göre; görüşme yapılan annelerin duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=3.07\pm0.86$), babaların duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=3.25\pm1.15$), ablaların duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=2.75\pm0.69$) bulunmuştur. Duygu düzenleme alt boyutlarında duygularını bastırma ile görüşme yapılan aile üyesi arasında anlamlı bir farklılık yoktur. ($KW_{(2)}=2.60$, $P>0.05$).

Tablo 9. Engelli Çocuğa Sahip Ailelerin Öğrenim Durumuna Göre Duygu Düzenleme Alt Boyut Puanlarının Ortalamaları

Öğrenim Durumu	n	%	Yeniden Değerlendirme $\bar{X}\pm Ss$	Bastırma $\bar{X}\pm Ss$
Okur-yazar değil	180	15.3	3.56 ± 0.72	2.63 ± 0.72
İlkokul	650	55.1	3.45 ± 0.74	3.02 ± 0.74
Ortaokul	200	16.9	3.67 ± 0.75	3.56 ± 0.75
Lise	110	9.3	3.80 ± 0.93	3.38 ± 0.93
Üniversite	40	3.4	3.79 ± 0.62	3.25 ± 0.62

KW= 6.32 Sd=4
P>0.05

KW= 9.51
Sd=4
P<0.05

Engelli çocuğa sahip ailelerin öğrenim durumuna göre duygu düzenleme alt boyut puan ortalamaları standart sapmaları KW değerleri, serbestlik dereceleri ve önemlilik düzeyleri tablo 9 da verilmiştir. Buna göre okur-yazar olmayanların duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.56\pm0.72$), ilkokul mezunlarının duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.45\pm0.74$), ortaokul mezunlarının duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.67\pm0.75$), lise mezunlarının duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.80\pm0.93$), üniversite mezunlarının duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.79\pm0.62$) bulunmuştur. Duygu düzenleme alt boyutlarında duygularını yeniden değerlendirme ile öğrenim durumu arasında anlamlı bir farklılık yoktur. $KW_{(4)}= 6.32$, $P>0.05$.

Engelli çocuğa sahip ailelerin öğrenim durumuna göre; Okur-yazar olmayanların duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=2.63\pm0.72$), ilkokul mezunlarının duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=3.02\pm0.74$), ortaokul mezunlarının duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=3.56\pm0.75$), lise mezunlarının duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=3.38\pm0.93$), üniversite mezunlarının duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=3.25\pm0.62$) bulunmuştur. Duygu düzenleme alt boyutlarında duygularını bastırma ile öğrenim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır. $KW_{(4)}= 9.51$, $P<0.05$.

Tablo 10. Engelli Çocuğa Sahip Ailelerin Sosyal Aktivite Durumuna Göre Duygu Düzenleme Alt Boyut Puanlarının Ortalamaları (n=118)

Sosyal Aktivite	n	%	Yeniden	Bastırma
			Değerlendirme	
			$\bar{X}\pm Ss$	$\bar{X}\pm Ss$
Ev işi yapmak	400	33.9	3.12 ± 0.70	3.03 ± 0.82
Televizyon izlemek	300	25.4	3.68 ± 0.79	3.08 ± 1.11
Diğer (sera işi..)	190	16.1	3.12 ± 0.70	3.31 ± 0.90
El işi yapmak	170	14.4	3.59 ± 0.66	3.19 ± 0.87

Kitap okumak	90	7.6	3.57 ± 0.78	2.72 ± 0.97
Müzik dinlemek	30	2.5	3.83 ± 0.76	3.33 ± 0.94
			KW= 8.47 Sd= 5 P>0.05	KW= 2.75 Sd= 5 P>0.05

Engelli çocuğa sahip ailelerin sosyal aktivite durumuna göre duygu düzenleme alt boyut puan ortalamaları standart sapmaları KW değerleri, serbestlik dereceleri ve önemlilik düzeyleri tablo 10 da verilmiştir. Buna göre ev işi yapanların duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.12\pm0.70$), televizyon izleyenlerin duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.68\pm0.79$), diğer (sera işi, çocuk bakımı..) duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.12\pm0.70$), el işi yapanların duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.59\pm0.66$), kitap okuyanların duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.57\pm0.78$), müzik dinleyenlerin duygularını yeniden değerlendirme alt boyut puanı ($X=3.83\pm0.76$) bulunmuştur. Duygu düzenleme alt boyutlarında duygularını yeniden değerlendirme ile sosyal aktivite arasında anlamlı bir farklılık yoktur. KW₍₅₎= 8.47, P>0.05.

Engelli çocuğa sahip ailelerin sosyal aktivite durumuna göre; buna göre ev işi yapanların duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=3.03\pm0.82$), televizyon izleyenlerin duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=3.08\pm1.11$), diğer (sera işi, çocuk bakımı..) duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=3.31\pm0.90$), el işi yapanların duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=3.19\pm0.87$), kitap okuyanların duygularını bastırma alt boyut puanı ($X=2.72\pm0.97$), müzik dinleyenlerin duygularını bastırma alt boyut puanı ($\bar{X}=3.33\pm0.94$) bulunmuştur. Duygu düzenleme alt boyutlarında duygularını bastırma ile sosyal aktivite arasında anlamlı bir farklılık yoktur. KW₍₅₎= 2.75, P>0.05.

5. TARTIŞMA

Engelli çocukların ailelerin duygu düzenlemelerini belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada, araştırma kapsamına alınan ailelerin sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde; araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin %70.3'ünün anne olduğu görülmektedir (Tablo 1). Bu da çocuklarıyla

en fazla ilgilenen ve zaman geçiren kişilerin anneleri olduğunu göstermektedir. Anne çocuk için en önemli unsurdur. Çalışmanın sonuçları Yıldırım (2003)'ın çalışması ile benzerlik göstermektedir.

Araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin % 46.6'sının 36-50 yaş grubunda olduğu görülmektedir (Tablo 1). Çalışmanın sonuçları Özşenel (2003) çalışması ile benzerlik göstermektedir. Araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin %55.1'inin ilköğretim düzeyinde eğitim almış olduğu belirlenmiştir. Çocuk eğitimi açısından önem taşıyan anne-baba eğitim düzeyinin oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bunun sonucu olarak; çocukları ile yeterli düzeyde ilgilenememekte, onların sorunlarını anlayamamakta, bakımı ve eğitimi için gereken önemin farkında olamamaktadırlar. Çalışmanın sonuçları Özşenel'in (2003) çalışması ile benzerlik göstermektedir. Araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin aile yapılarına göre %71.2'sinin çekirdek aileye sahip olduğu belirlenmiştir (Tablo 2). Çekirdek aileye sahip olmaları onların bakım, beslenme ve eğitim olanağını, çocukları ile daha fazla zaman geçirme fırsatını artırmaktadır. Çalışmanın sonuçları İçmeli ve ark.(2008) çalışması ile benzerlik göstermektedir.

Araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin ekonomik düzeyi incelendiğinde %48.3' ünün gelir düzeylerinin düşük olduğu belirlenmiştir (Tablo 2). Ekonomik düzeyi düşük olan aileler çocuklarının ihtiyacı olan; tekerlekli sandalye, özel mama, ilaçların, özel ek yapılması gereken protez, işitme engelliler için cihazların alımında ve uygulanmasında yüklü bir maliyet çıkmakta ve gelir düzeyi düşük olan aileler çocuklarının ihtiyaç duydukları gereksinimlerini imkansızlıktan dolayı yerine getirememekte ve bu da onlarda zamanla kendilerini suçlamalarına psikolojik olarak sorunlar yaşamalarına neden olmaktadır.

Araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin %41.5'inin 2 çocuğu olduğu belirlenmiştir (Tablo 3). Çalışmanın sonuçları (Dereli, 2008; Özyürek, 2022) çalışması ile benzerlik göstermektedir. Araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin % 100'ünün 1 engelli çocuğa sahip olduğu belirlenmiştir (Tablo 3). Engelli çocuğu olan aileler daha sonraki çocuklarında gereken tetkik ve tedavileri yaptırmışlar doktor kontrolünde bir gebelik geçirmişler ya da diğer çocuklarında engelli olacağını düşündüğü için çocuk yapmamayı tercih etmişlerdir. Araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin %39.8'inin 1. Çocuğunun engelli olduğu, %39'unun 2.çocuğunun engelli olduğu, %11.2'sinin 3.çocuğunun engelli olduğu ve %11'inin 4.çocuk ve üzerinin engelli olduğu belirlenmiştir (Tablo 3).

Araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin sosyal aktivite olarak; %33.9'unun ev işi yaptığı, %25.4'ünün televizyon izlediği, %14.4'ünün el işi yaptığı, %7.6'sının kitap okuduğu, %2.5'inin müzik dinlediği, %16.1'inin diğer aktiviteleri yaptığı belirlenmiştir (Tablo 7). Ailelerin çocuklarının bakımı dışında farklı aktivitelerde bulunarak yorgunluklarını attıklarını ve dinlendiklerini göstermektedir.

Araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin, engelli çocuğa sahip olma durumlarından dolayı, % 50.8'inin yakın çevresinin kendilerinden uzaklaşacağını düşünmemiştir (Tablo 8). Aileler yakın çevresi ile etkin iletişim ve etkileşim içerisinde birbirlerine destek olduğu göstermektedir. Ailelerin bu durumu kabullenmelerinde çevrelerinin büyük rolü vardır..

Araştırma kapsamına alınan engelli çocuğa sahip ailelerin duygu düzenleme puan ortalamaları incelendiğinde; duygu düzenleme puan ortalamasının $\bar{X}=3.37\pm.57$, duygu düzenleme ölçeğinin alt boyut puan ortalamaları incelendiğinde duyguları yeniden değerlendirme alt boyut puan ortalaması $\bar{X}=3.55\pm.75$ ve duygularını bastırma alt boyut puan ortalaması $\bar{X}=3.09\pm.93$ olduğu saptanmıştır. Ailelerin duygularının yeniden değerlendirme alt boyut puan ortalaması, duygularını bastırma alt boyut puan ortalamasından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($t=50.91$, $p< 0.05$). Araştırma grubunda yer alan engelli çocuğa sahip ailelerin olaylara karşı duygularını yeniden değerlendirmesi ve duygu düzenlemesi yapması psikolojik sağlıkları açısından önemlidir. Bastırma alt boyutu puanlarının düşük olması engelli çocuğa sahip ailelerin duygularını etkin olarak kullandıklarını göstermektedir.

6. ÖNERİLER

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda öneriler; çalışma daha sonra yapılacak olan araştırmalara literatür oluşturacak şekilde yapılmıştır. Araştırma sonuçlarının araştırma yapılan özel eğitim ve rehabilitasyon merkezleri ile paylaşılması, engelli çocuğa sahip ailelerin duyguları tanıma ve yönetme konusunda eğitim programlarını katılması, engelli çocuğa sahip ailelerin duygularını bastırmak yerine düşünce uyumsuzluğu yaşadıkları kişilerle duygularını paylaşmaları, duygularını yeniden değerlendirmeleri, çalışmanın daha geniş örneklem grubunda yapılması, çocuğun engelli olmasından dolayı; utanma, kızgınlık, suçlama, öfke, inkâr gibi duygular yaşayan aileler bu aşamada kendilerine ve çocuklarına ilişkin yeniden yapılanma sürecine girmesi, ailelerin öğrenim seviyesi, çocuğun gelişimi ile ailenin bu duruma kolay uyum sağlaması için önemli bir faktördür. Yüksek seviyeli öğrenim, ailelerin daha fazla

bilgilenmesi ve daha kapsamlı sorun çözme yetenekleri sağlaması açıdan önemlidir. Ayrıca engelli çocuğa sahip ailelerin eğitimi ve rehabilitasyonun da sosyal hizmet kurumlarından yararlanma olanaklarının artırılması, engelli çocuğa sahip ailelerin ruhsal durumunun yakından izlenmesi, ailelerin umutsuzluk düzeylerini azaltacak, olumsuz duygu ve problemleri ile başa çıkabilmelerini sağlayacak şekilde psikolojik danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinin verilmesi, aile ve yakınlarının desteğini arttıracak programlar düzenlenmesi, ayrıca, kamu ya da özel sektöre ait rehabilitasyon merkezlerinde aile destek grupları oluşturulması ve bunlara aile yakınlarının da katılımı sağlanması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

5. Ahmetoğlu E., Aral N. (2005). Zihinsel engelli çocuğa sahip annelerin kaygı düzeylerinin incelenmesi, *15. Ulusal Eğitim Özel Eğitim Kongre Kitabı*, Ankara
6. Akça, F., Özyürek, A. (2019). Zihinsel Yetersizlikten Etkilenmiş ve Normal Gelişen Çocuğa Sahip Ebeveynlerin Sıkıntıyı Tolere Etme, Depresyon, Anksiyete ve Stres Düzeyleri/The Distress Toleration Status, Depression, Anxiety and Stress Levels of Parents Who Have Normally Developed Children and Who Have Intellectual Disability Children. *Journal of History Culture and Art Research*, 8(1), 347-361.
7. Akbulut, C. A. (2018). Depresyonun duygu düzenleme süreçlerinin incelenmesi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 21(2), 184-192.
8. Avşaroğlu, S., Gilik, A. (2017). Özel gereksinimli çocuğa sahip anne-babaların kaygı durumlarına göre umutsuzluk düzeylerinin incelenmesi. *İlköğretim Online*, 16(3), 1022-1035.
9. Avşaroğlu, S., Güleş, E. (2019). Özel gereksinimli çocuğa sahip anne babaların yaşam doyumlarının öz-anlayış ve merhamet düzeyleri açısından incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(1), 365-376.
10. Altındağ Kumaş, Ö., Sümer, H. M. (2019). Özel gereksinimli küçük çocuğu olan annelerin öz yetkinlikleri, yılmazlık düzeyleri ve stres düzeyleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, Cilt: 27, Sayı: 1, 163-173.
11. Balcı, S., Kızıl, H., Savaşer, S., Dur, Ş., & Mutlu, B. (2019). Orjinal Makale Zihinsel engelli çocuğu olan ailelerin yaşadığı güçlüklerin ve aile yükünün belirlenmesi. *J Psychiatric Nurs* 2019;10(2):124-130
12. Bardakcı, M. Ö., Kutluata, B. (2021). Engelli Çocuğa Sahip Olmanın Aile Yaşamına Etkisi: Nitel Bir Çalışma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 3742-3765.
13. Bintaş-Zörer, P., Yorulmaz, O. (2022). Duygu Düzenlemeye Güncel Bir Bakış: Bağlamsal Faktörler. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 14(2), 1-1.
14. Bekdaş, A. (2022). Otizmlı çocuğu olan ebeveynlerin aile stresi psikolojik dayanıklılık ve duygu düzenleme güçlükleri ilişkisinin incelenmesi: Avcılar örneği (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
15. Çolak, B., & Kahriman, İ. (2021). Evaluation of Family Burden and Quality of Life of Parents with Children with Disability. *The American Journal of Family Therapy*, 1-21.

- 16.Demirci, O. O., Güneri, E. (2020). Bilişsel esnekliğin bilişsel duygu düzenleme üzerindeki etkisi. Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21(39), 651-684.
- 17.Dereli, F., Okur, S. (2008). Engelli çocuğa sahip olan ailelerin depresyon durumunun belirlenmesi. Yeni Tıp Dergisi, 25: 164-168.
- 18.Güven, N., Ünal, Z. (2020). Üniversite öğrencilerinin bilişsel duygu düzenleme stratejileri, romantik ilişkilerle ilgili akılcı olmayan inançları ve öz anlayışları arasındaki ilişkilerin incelenmesi. Researcher, 8(2), 148-173.
- 19.Kahriman, I., Polat, S., & Gurol, A. (2019). Determination of perceived social support and burnout levels of mothers of children with intellectual disability. Journal of Pediatric Research, 6(4).
- 20.Karaaslan, M. M., Çelebioğlu, A. (2020). Zihinsel engelli çocuğu olan ebeveynlerin psikolojik durumları ile bakım yükünün değerlendirilmesi. Researcher, 6(2), 188-200.
- 21.İçmeli, C., Ataoğlu, A., Canan, F., & Özçetin, A. (2008). Zihinsel özürlü çocukları olan ebeveynler ile sağlıklı çocuklara sahip ebeveynlerin çocuk yetiştirme tutumlarının karşılaştırılması. Duzce Medical Journal, 10(3), 21-28.
- 22.İlhan, T. (2017). Özel gereksinimli 3-6 yaş çocuklarının ebeveynlerinin stres düzeyleri ile rolleri arasındaki ilişki. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi, 18(03), 383-400.
- 23.Gülperi, E., & DOĞAN, U. (2020). Zihinsel Engelli Çocuğa Sahip Babaların Stres Düzeyleri Ve Stresle Başa Çıkma Yöntemlerinin İncelenmesi: Karma Desenli Bir Çalışma. Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(1), 1-21.
- 24.Gross, J.J. (1998). Antecedent-and response-focused emotion regulation: Divergent consequences for experience, expression and physiology. Journal of Personality and Social Psychology, 74, 224-237.
- 25.Gross, J. J., John, O. P. (2003). Individual differences in two emotion regulation processes: Implications for affect, relationships, and well-being. Journal of Personality and Social Psychology, 85, 348-362.
- 26.Gross, J.J. (2015) Emotion regulation: current status and future prospects. Psychol Inq, 26:1-26.
- 27.Turan Gürhopur, F. D., & İşler Dalgıç, A. (2017). Zihinsel Yetersiz Çocuğu Olan Ebeveynlerde Aile Yükü. Journal of Psychiatric Nursing/Psikiyatri Hemşireleri Derneği, 8(1).

- 28.Turan, B., Esin, İ. S., Abanoz, E., & Dursun, O. B. (2020). Şüpheden tedaviye otizm spektrum bozukluğunda ailelerin gözünden yaşanan sorunlar. Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi, (15), 35-49.
- 29.Onat, O., Otrar, M. (2010). Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışmaları. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 31(31), 123-143.
- 30.Özyürek, A. (2022). Engelli Çocuğa Sahip Anne-Babaların Çocuk Yetiştirme Tutumları ve Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. Toplum ve Sosyal Hizmet, 33(4), 1121-1140.
- 31.Özşenol, F., Işıkhana, V., Ünay, B., Aydın, H. İ., Akın, R., & Gökçay, E. (2003). Engelli çocuğa sahip ailelerin aile işlevlerinin değerlendirilmesi. Gülhane Tıp Dergisi, 45(2), 156-164.
- 32.Ulusoy, S., Cantürk, G., Çelik, Z., Mutlu, S., Cantürk Kaya, C., Terzioğlu, M., & Yavuz, K. F. (2021). Engelli çocukların bakımverenlerinde başa çıkma tutumları ve depresif belirti düzeylerinin bakım yükü ile ilişkisi. Bilişsel Davranışçı Psikoterapi ve Araştırmalar Dergisi.
- 33.Roller, C., Serdarhan, D., Duyan, V. (2017). Engelli çocuğa sahip ailelerde toplumsal cinsiyet rolleri. KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi, 3(2), 200-211.
- 34.Sertel, M., Şimşek, T. T., Yümin, E. T., & Bayraktaroğlu, F. (2016). Kronik engelli çocuğa sahip annelerde vücut algısı, depresyon düzeyi ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi. Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, (37), 33-50.
- 35.Şarlak, D. (2022). Duygusal Yaşantılarda ve Duygusal Düzenlemede Gözlenen Bireysel Farklılıkların Çok Boyutlu Olarak Değerlendirilmesi, Güncel Psikoloji Araştırmaları, Eğitim Yayınevi.
- 36.Şarlak, D. (2008). Duygusal Yaşantılarda ve Duygusal Düzenlemede Gözlenen Bireysel Farklılıkların Çok Boyutlu Olarak Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Muğla: Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 37.Şarlak, D., Tabak R.S. (2010). Emotion regulation strategies of Turkish university students. Psychology & Health Journal; 25(1).
- 38.Tunç, S., Özkardaş, O. G. (2020). Otizmlı çocuğu olan annelerde algılanan sosyal desteğin anksiyete ve ebeveyn tükenmişliği üzerindeki etkisi. Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 9(4), 247-253.
- 39.Toros, F. (2003). Zihinsel ve/veya bedensel engelli çocukların annelerinin anksiyete, depresyon, evlilik uyumunun ve çocuğu algılama şeklinin değerlendirilmesi, Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Ana bilim Dalı, T Klin Psikiyatri Dergisi, 3: 45-52.

- 40.Yıldırım, F., Conk, Z. (2003). Zihinsel yetersizliği olan çocuğa sahip anne/babaların stresle başa çıkma tarzlarına ve depresyon düzeylerine planlı eğitimin etkisi. C.Ü. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 9(2).
- 41.Yurtsever, G. (2004). Emotional regulation strategies and negotiation. Psychol Rep. ; 95(3 Pt 1):780-6. doi: 10.2466/pr0.95.3.780-786. PMID: 15666907.
- 42.Zabun, M., Arslan, F. T. (2021). Zihinsel Yetersizliği Olan Çocukların Annelerinde Aile Yüğü ve Öfke Düzeyi. Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi, 10(3), 391-397.

**PAZARLAMADA POPÜLER YAKLAŞIMLAR:
FENOMEN PAZARLAMASI, EWOMM VE
OLASI GELECEK**

Öğr. Gör. Dilek AYDOĞDU

Karabük Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-8042-7212

GİRİŞ

Günümüzde hızla gelişen teknolojiye bağlı olarak her sektörde konuşulan dil, kavram ve eğilimlerde farklılıklar görülmektedir. Değişimin etkisi sadece sektörler ile sınırlı kalmayarak insan faktörüne ve bireysel ihtiyaçlara da yansımıştır. Günden güne dijitalleşme ve sanal ortama maruz kalmak, bireysel ihtiyaçları da dijitalleştirmeye başlamış, sosyal medyanın ve çeşitli sanal platformların (blog, web sayfaları, çevrimiçi bağlantılar, uygulamalar vb.) bireylerin davranışlarına ve ihtiyaçlarına yön verdiği görülmektedir. Her şeyin sanal ortama taşınması ve gerçek dünya formlarının sanal uzantılara dönüşmesi mevcut ihtiyaçlar hiyerarşisinin değişmesine temel oluşturmaktadır. Sanallaşan dünya ve ihtiyaçlar, tüketim kavramının ve tüketici davranışlarının da reel dünyadan uzaklaşmasına sebep olmaktadır. Bireylerin gün içerisindeki rutin ihtiyaçları ve talepleri ilk sırada çevrimiçi olmak ve sanal bir platform ile bağlantıda kalabilmek üzerinedir. Bilinen zaruri ihtiyaçlar içerisinde temelde artık çevrimiçi olmak, iletişimde kalmak, çevrimiçi satın almak, sanal dünyada yer almak, sanal dili öğrenmek ve sanal tüketim yöntemleri yer almaktadır. On-line alışveriş, on-line görüşme, on-line ödeme, on-line iletişim, on-line dinamikler, on-line videolar, on-line fenomenler, on-line etkileşim ve daha birçok kavram sanal dünya ile ilgilidir.

Bireysel ihtiyaçların sanallaşması ve sanal platformlarda karşılık bulması, etkileşimin bu platformlarda fenomenlerin ürettiği sanal içerikler üzerinden gerçekleşmesi, bir ürün veya hizmetin satın alma kararı öncesi ve sonrasında sanal ortamda yapılan yorumlara bakılarak şekil alması, müşteri deneyimlerinin bu ortamlarda paylaşılması, fiziksel dünyadaki tüketici deneyimlerinin ve etkileşimin günümüzde sanallaşarak adına EWOM (elektronik ağızdan ağıza) denilmesi yeni pazarlama trendleri arasındadır.

Bir fenomen, tercih ettiği sanal platform üzerinden çeşitli içerik paylaşımlarında bulunarak takipçilerini yönlendirebilmekte, ürettiği içerikte reklam benzeri ücretli ürün veya hizmet tanıtımı gerçekleştirebilmektedir. Her bir takipçi tüketici potansiyelindedir. İçeriği izleyen ve etkilenen tüketiciler tanıtımı gerçekleştiren ürün veya hizmete dair görüşlerini sanal platformda yorum yaparak fenomenin takipçi listesindeki kitleyi elektronik ortamda etkileyebilir. Deneyimler sanal ortamda paylaşılabilir, tartışılabilir ve değişebilir. Tüm bunlar teknoloji ile değişen ve dönüşen yeni dünya düzenine ve yeni tüketim diline yöneliktir. Teknolojideki değişim hızına bireysel ihtiyaçların uyumlanabilmesi için temel ihtiyaçlar içerisine dijitalleşme süreci de dahil olmuştur. Araştırma kapsamında bu dönüşüm sürecinde ortaya çıkan, pazarlama sektöründeki yeni yaklaşımlar ve kavramlar incelenerek bireyleri yakın gelecekte bekleyen olasılıklar ortaya konmaya çalışılmıştır.

1.PAZARLAMA VE DİJİTAL

Pazarlamanın temelde genel olarak bilinen klasik tanımları içerisinde ihtiyaca yönelik sunulan ürün ve hizmetler yer almaktadır.

Pazarlama, doğal kaynaklardan yararlanarak üretilen ürün ve hizmetin son tüketicinin eline geçmesi sağlamaya yönelik gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür (Uraz, 1978). Genel bir tanım olarak, müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini anlayarak bu çerçevede hizmetlerin tasarlanıp, planlanıp sunulmasıdır (Walters, 1992). Amerikan Pazarlama Derneği (AMA) tanımına göre; kişilerin ve örgütlerin amaçlarına uygun şekilde ürün ve hizmetlerin sağlanması, düşüncelerin oluşturulması, fiyat, dağıtım ve tutundurma çabalarının planlanması ve uygulanmasıdır (AMA, 2017). Simkin (2000) göre; pazarlama tanımları içerisinde yer alan ortak konular müşteri tatmini, ihtiyaçlar, değiş-tokuş, rekabet, rakiplere üstünlük sağlamak, pazardaki fırsatları görmek, pazarda doğru konumlanmak, kaynakları verimli kullanmak ve hedef pazardaki payı arttırmaktır. Bireylerin tek başına yetebildiği ve sadece temel ihtiyaçların devrede olduğu dönemler yoğun bir rekabet ortamından bahsetmek mümkün değilken, sanayileşme ile rakiplerin pazara dahil olması, rekabetin ortaya çıkması ve nüfus artışı, kentleşme ile ihtiyaçlar artmıştır. Pazarlamada yeni dönem ve kavramlar sanayi devrimi ile birçok faaliyete yansımıştır.

Çağdaş pazarlama anlayışının I. Dünya savaşı ve sonrasında çeşitli dönemlerin etkisiyle bilimsel yaklaşımlar ile ortaya atılan kuramlar çerçevesinde geliştiği ve değiştiği görülmektedir (Cemalcılar, 1983). Günümüze yaklaştıkça, pazarlama tanımı sadeleşerek pazar araştırması ve reklamcılık ile ürün veya hizmetlerin tanıtımını ve satışını yapma eylemi olarak bilinir. Pazarlama sektöründe çalışanlar için bu tanımı yapmak oldukça zordur. Yapılan her tanımın içini doldurabilmek kolay değildir. Örneğin, satış için genel bir tanımlama yapılabilirken, reklam ve tanıtım faaliyetleri için her bir tanım ve anlam iç içe geçmiştir. Pazarlamayı tanımlayabilmek için derin ve detaylı bakmak gerekir. Pazarlama faaliyetlerine reklam ve satışın etkisi büyüktür. Pazarlamacılar sürekli tüketicileri araştırmak ve analiz etmekle uğraşır. Odak gruplar üzerinden çalışılmakta ve tüketici davranışlarını anlama çabası içerisine girilmiştir. Tüketiciyi anlama çabası ise; ‘Tüketici, söz konusu işle nerede, ne zaman ve nasıl iletişim kurmak istemektedir?’ sorusu üzerinden tanımlanabilir (Yıldız, 2020). Geleneksel pazarlama dönemlerinden sonra günümüzde pazarlama ve dijital süreç, dijital pazarlama kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Teknolojik gelişmeler ışığında dijital pazarlama, iş geliştirme çağında hala çocukluk formundadır. Buna rağmen, her geçen gün bireyler, dijital dünyaya adım atarak yeni iş fikirlerini sunmak ve tanıtmak üzerine çalışmaktadır. Türkiye pazarı bu alan için hala gelişmekte ve girişim yapmak isteyenler için büyük ve açık bir

alandır. Avrupa ülkelerine bakıldığında zaman web sayfasına sahip olan KOBİ (Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme) oranı %50 ve üzeri iken Türkiye’de bu oran 2017 itibariyle %20 ve üzerine ancak ulaşmıştır. Rekabetçi pazarlarda her yeni gün, yeni bir mecra üzerinden dijital platformlar aracılığı ile yürütülen pazarlama faaliyetleri hızla bireylerin hayatına girmektedir. Tüketiciler, bu dönüşüm sürecinde daima kendilerini yenilemek ve dijital dili öğrenmek için araştırma yaparak hareket etmek zorundadır. Dijital pazarlama, her türlü elektronik ortam ve cihazlar üzerinden yürütülen on-line pazarlama faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu süreçte markalar, müşterilerine ulaşmak, ürün ve hizmetlerini tanıtmak veya satmak için ödemeli reklamcılık, sosyal medya platformları, e-posta pazarlaması, arama motorları ve çeşitli dijital kanallardan faydalanır. Mobil devrim ile arama motorları ve sosyal medya üzerinden ihtiyaç duyulan bilgiye ulaşmak ve iletişime geçmek oldukça hızlanmış ve kolaylaşmıştır (Yılmaz, 2017).

Dijital pazarlama birçok disiplini içerisinde barındırmaktadır. İçinde bulunduğumuz dönemde her markanın, üreticinin veya iş sahibinin içinde bulunması gereken bir dünya ve pazarlama yöntemidir. İnternet ile bireylerin hayatına girmiştir. Bir ekosistemi vardır. Dijital Pazarlama Ekosistemi unsurları içerisinde;

- Arama motoru pazarlaması (Search engine marketing)
- Sosyal Medya Reklamcılığı (Social media marketing)
- Arama motoru optimizasyonu (Search engine optimization, SEO)
- Görsel internet reklamcılığı (Display reklamlar)
- Yeniden pazarlama (Remarketing, retargeting)
- Satış ortaklığı (Affiliate marketing)
- Fenomen pazarlaması (Influencer marketing)
- Mobil reklamcılık ve uygulama aplikasyon reklamları
- E-posta ve SMS pazarlaması başlıca yer almaktadır (DPE Dijital, 2020).

İçinde bulunduğumuz dijital çağ, şirketlerin ve tüketicilerin kendi içerisinde birbirleri ile iş birliği yapmasını önemli kılar hale gelmiştir. Eski anlayış ve devirler, dijital çağda değişmiştir. Söz konusu işlerin ve yürütülen pazarlama faaliyetlerinin aynı formda devam etmesi beklenemez. Büyük şirketler zincirleri ve üreticiler küresel satın alma faaliyetleri için uzun vadeli şekilde dijital ekosistem unsurları üzerinden hareket etmeye çalışmaktadır. Dijital çağda öncü nitelikte girişimler yapılmaktadır. En değerli ekosistem, tek başına bir şey ifade etmeyen verilerin dijital ekosistemler üzerinden bir araya getirilerek anlamlı hale dönüştüğü platformlardır. Günümüzde buna tüm ülkeler, şirketler ve üreticiler dahil edilmeye çalışılmaktadır. Dijital ekosisteme uyumlanmak ne kadar hızlı ve köklü olursa, verilerin dijitale aktarılması ile müşterilerin beklentilerini önceden

tahmin etmek ve beklentilere yönelik hareket etmek o kadar kolaylaşacaktır. Her ülke ve devlet, dijital ekosistemde kendi veri platformunu oluşturmalıdır ve yerli ortak veri sistemlerine geçiş sağlanmalıdır. Dijital çağda, kendi veri sistemlerini kurmayı başaranlar, müşteri davranışlarını ve tahminleri yapay zekâ ile iş birliği içerisinde daha kolay analiz edebilecektir (Kutlu, 2018).

Dijital, hayatın her yönünde aktiftir ve sadece bireyleri değil, ticari faaliyet zincirinde yer alan her şirketi ve girişimi de etkilemektedir. Dönüşüm hızlı ve kaçınılmazdır. Dijital çağa ve yeni düzene uyum sağlamak, çağın gerektirdiği dili konuşabilmek, adımları atabilmek ve dijital dünya ile iş birliği içerisinde olabilmekle mümkün görünmektedir.

2.DİJİTAL PAZARLAMA VE POPÜLER YAKLAŞIMLAR (TRENDLER)

Dijitalleşme bireylerin hayatlarında köklü ve sarsıcı nitelikte değişimlerin ortaya çıkmasına sebep olurken, pazarlama dünyasında da yeni akımların ve yaklaşımların oluşmasına zemin hazırlamıştır. Dijital çağa uyumlanabilmek, sağlam zihinsel bir efor gerektirmekte ve bu çağa hızlı uyum sağlayabilmek için yeni kazanım yolları aranmaktadır. İnsanlık bu çağa dair büyük bir oryantasyon sürecindedir. Klasik alışkanlıkların devre dışı kaldığı bir dönemdir. Böyle bir dönemde en başarılı pazarlamayı yapabilmek, dijital çağın dinamiklerini ve beraberinde getirdiği gereksinimleri doğru anlayabilmekten geçmektedir. Kritik olan bu dönemde insan psikolojisi ve dijital çağla barışık olmak önemlidir. Bu çağın ortaya çıkardığı yeni girişimciler ve sunum taktikleri göz önünde bulundurularak dijital çağın sunduğu avantajlardan faydalanmak mümkündür (Alankuş, 2021). Modern çağda alışkanlıklar, istek ve ihtiyaçlar değişmekte ve bilinen pazarlama varoluş felsefesinde mevcut kavramların anlamları birbirine benzer hale gelmiştir. Bu benzerlik, istek ve ihtiyaçların sıradanlaşarak hızla gelişen iletişim teknolojisinde bireylerin tek tıkla beklentilerini karşılamak istemesine yöneliktir. Teknolojinin olağanüstü gelişimi, istek ve ihtiyaçların kolaylıkla ve rahatlıkla giderilmesini sağlamaktadır. Söz konusu insanoğlu, rasyonellikten koparak duygusal tatmine öncelik veren nitelikte post modern bir kimliğe bürünmüştür. Bu değişim ve dönüşüm günlük hayatlara ve rutinelere doğrudan yansımıştır. Birçok birey, kendi hayatında bu dönüşüm sürecinde sihirli bir dünyada yaşıyormuşçasına teknolojinin getirdiği illüzyona kapılmıştır (Ries ve Trout, 2019). Bireylerin bu çağdaki radikal değişimleri sebebiyle yeni pazarlama stratejileri ve yaklaşımları ortaya çıkmıştır. Sadece istek ve ihtiyaçlara yönelik yöntemlerin izlenmesi günümüzde yetersiz kalmakta ve yeni dinamikler ile pazarlamanın yeniden yorumlanması gerekmektedir. Bireylerin zihinsel

dünyaları renklidir ve yeni çağda yeni yaşam modellerine eğilimler görülmektedir (Alankuş, 2021).

Geçmişten günümüze kadar pazarlama evrelerini kümülatif bir bakış açısı ile değerlendirmek gerekirse;

- **1900’ler Klasik Çağda;** ihtiyaçlar vardır ve giderilebilir. İhtiyaçlara yönelik temel felsefe, pazarda imkân yoksa idare edilir. Piyasa üretim tabanlıdır. Bireysel ihtiyaçlarda temel güdü, hayatta kalmak odaklıdır. Zaman ve ekonomiden tasarruf sağlanır. Mal ve hizmete erişim zorluğu vardır. İmkanlar kısıtlıdır.

- **1900-2000’ler Modern Çağda;** ihtiyaç ve istekler giderilmek içindir. İhtiyaçlara yönelik temel felsefe, pazarda beğenilen alınmasıdır, yoksa idare edilir. Piyasa üretim ve tüketim tabanlıdır. Bireysel ihtiyaçlarda temel güdü, reklam, tanıtım ve diğer etkenlerdir. Tanıtım faaliyetleri detaylı ve ekonomik fiyat teklifi sunmak önemlidir. Rekabet kısıtlıdır.

- **2000’ler ve sonrası Post Modern (Dijital) Çağda;** ihtiyaç ve istekler mutlaka giderilmelidir. İhtiyaçlara yönelik temel felsefe, pazarda beğenilenin alınması ve bulunmazsa bulana kadar araştırılmasıdır. Piyasa tüketim tabanlıdır. Rekabet, ileri düzey teknoloji ve sanal platformlar yaygındır. Erişim kolaydır. Çözümler sanal ve pratiktir. Bireylerde zihinsel yorgunluk hakimdir. Teknoloji tabanlı sorunlar devrededir. Kimlik bunalımı ve aşırı doygunluk yaşanmaktadır (Erdoğan, 2014).

Günümüz modern dünyasında, ekonomiyi doğrudan pazarlamayı dolaylı yoldan etkileyen teknolojik gelişmeler, dijitalleşme ile pazarlama faaliyetlerini de doğrudan etkiler hale gelmiştir (Şengül, 2019). İnternetin ve teknolojinin ticari amaçlar için kullanılmaya başlanması ve tüketicilerin bu süreçten etkilenmesi son çeyrek asrın odaklandığı ana noktadır. Bu dönemde tüketici davranışlarında ve ticari faaliyet anlayışında fevri değişimler yaşanmıştır. Tüketiciler için zaman ve mekân kısıtlaması ortadan kalkmış, her yerde her an ürün, marka ve işletmeler ile iletişimde olarak düzenli satın alma işlemi mümkün hale gelmiştir. Bu yeni düzen her iki taraf için 7/24 ulaşılabilirliği sağlayan yepyeni bir kanaldır. Bu noktada geleneksel pazarlama anlayışı ve yöntemleri dijital forma dönüşerek internet ortamına taşınmıştır (Zeren ve Kaya, 2020). Dijital pazarlamada internet ve sosyal medya platformları kullanılarak hedef kitleye en doğru ve etkili şekilde ulaşmak mümkündür. Geniş kitleye hitap etmek yerine doğru kitleye hitap ederek, kişiselleştirme ve özelleştirme yapabilmek kolay hale gelmiştir. Dijital pazarlama geleneksel yöntemlerden daha etkili ve ölçümlenebilir niteliktedir (Todor, 2016).

Yapılan çeşitli ampirik çalışmalarda bireylerin internet ve sosyal medyada yer alan gruplar üzerinden paylaşılan birçok içeriğe sorgusuz sualsiz inandığını

ortaya koymaktadır. Sosyal medyanın ve sanal platformların ortaya çıkması ve yaygınlaşması sınırları ortadan kaldırarak tüketicilerle markaları birbirine yakınlılaştırarak aralarındaki ilişkiyi tamamen değiştirmiştir. İnternet ortamında tüketiciler ürün ve hizmetlere yönelik görüşlerini özgürce dile getirebilmekte ve kitlelerin karar verme sürecine etki edebilmektedir. Dijitaldeki bu yeni dil, pazarlama iletişimi sürecinde tüketicileri pasif rolden aktif role geçirmiştir. Sosyal medya üzerinden bireyler bir marka için hem müşteri hem de temsilci olabilmektedir (Lamberton ve Stephen, 2016). Dijital pazarlama platformlarında son dönemde izlenen stratejiler arasında içerik pazarlaması, ürün yerleştirme ve fenomen pazarlaması sıklıkla görölmektedir. Markalar sundukları ürün ve hizmetleri sanal ortamlarda sosyal medya fenomenleri üzerinden tanııtma çabası içerisine girmiştir. Fenomenlere ürün ve hizmetlerin ücretsiz sağlanması veya tanııtım karşılığında belli bir ücret ödemesinin markalar tarafından yapılması söz konusudur. Fenomenlerin ürün ve hizmetleri tanııtması sonucunda takipçiler aracılığıyla marka, faydalı tüketici desteklerini kazanabilmekte ve sosyal medya üzerinden markaya dair takipçiler sayesinde marka imajı oluşabilmektedir (Martinez-Lopez vd., 2020). Bu duruma bağlı olarak sosyal medya veya sanal platformlar üzerinden fenomenler aracılığıyla gerçekteştirilen pazarlama ve tanııtım faaliyetlerinin artması, fenomenlerin de gelir elde etmek adına sayısında artışa sebep olmuştur. Günümüzde asıl sorulması gereken, bu fenomenlerin tüketici davranışlarını nasıl ve ne yönde etkilediğidir (Pala, 2021).

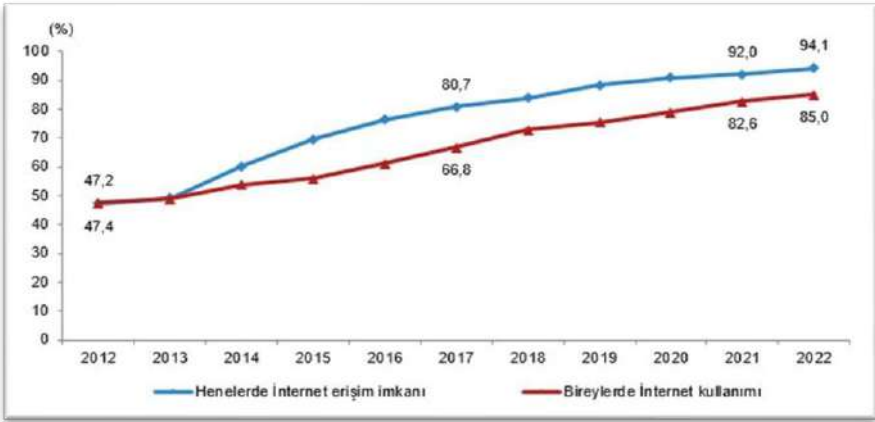
Sosyal medyanın popöler hale gelmesi ile tüketiciler ile markalar arasında gerçekteşen tek yönlü iletişim, çift yönlü hale gelerek yeni iş modelleri, yeni müşteri hizmetleri ve değer sunma çalışmaları ortaya çıkmıştır. Bloglar, video bloglar (Vlog), çevrimiçi sohbet odaları, sanal tartışma panoları, çevrimiçi şirket sponsorlukları, e-posta bilgilendirmeleri, dijitalde ağızdan ağıza tüketici yorumları ve paylaşımları genel anlamda en yaygın olan etkileşim faktörleridir. Sürece sadece sosyal ağ kullanıcıları dahil değildir. Yakın süreçte şirketler, ticari faaliyet yürütenler ve kamu kurumları da bu platformları benimsemeye başlamıştır (Kim ve Ko, 2012).

Erişim ve etkileşimin hızlı olduğu sosyal medya aracılığı ile kitlelere 7/24 kesintisiz ulaşabilmek mümkün hale gelmiştir. Günümüzde kitleler için düzenli ve sürekli çevrimiçi olma hali tercihin ötesinde bir ihtiyaç veya günlük sıradan faaliyetlerden biri olarak değerlendirilebilir. Bilmeyenlerin bilenlere anlattığı, kitlelerin birbirini etkilediği ve birlikte öğrendiği bu yeni dünya düzeninde çevrimiçi sosyalleşmek ön plandadır. Sosyalleşmenin ve etkileşimin sanal hali dijital kanallardır. İnsan faktörünün ve ihtiyaçların öncelikli olduğu pazarlama sektöründe de çevrimiçi olmak, dijital ortamlarda yer alarak fenomenle kitlelerin gözünde fenomenleşebilmek yeni popöler yaklaşımlar içerisinde yerini almıştır.

2.1.Sosyal Medya ve Fenomen (Influencer) Pazarlaması

Teknolojik gelişmeler ışığında internetin ortaya çıkması ile tüketicilerin iletişim formları değişmiştir. Üreticiden tüketiciye ve tüketiciden tüketiciye dönük iletişim tarzı kolaylaşarak tek yönlü iletişim formundan çift yönlü iletişim formuna geçiş sağlanmıştır. Çift yönlü iletişimde tüketiciler arasındaki iletişim daha etkilidir. Sunulan değer, hizmet yöntemleri ve iş modelleri de tüketiciyle yakın hale gelmiştir (Kim ve Ko, 2012). Sosyal medya platformları, e-postalar, bloglar, çevrimiçi ağızdan ağıza müşteri deneyimlerinin paylaşılması, web sayfalarında sunulan hizmetlerin değerlendirilmesi ve derecelendirilmesi, dijital ses, görüntü ve içerikler pazarlamada sosyal medya sürecine dahil olan yeni unsurlardır. Sosyal platformlarda içerik ve bilgi paylaşımları, iş birlikleri ve etkileşimler yer almaktadır. Bu platformlar sadece kullanıcıları kapsamaz, günümüzde işletmeler ve kamu kuruluşları da sürece dahildir (Kim ve Ko, 2012).

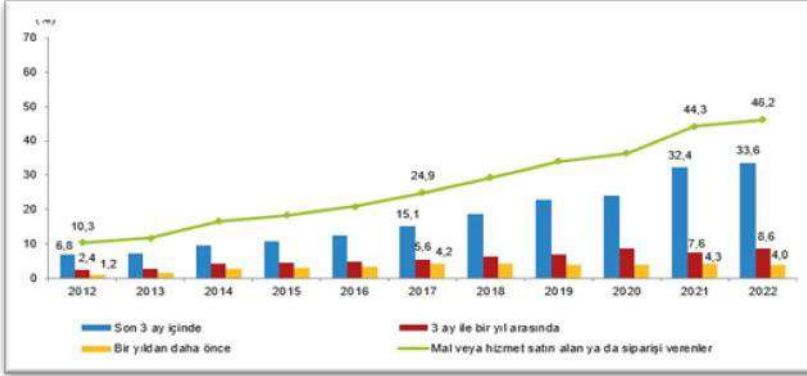
Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2022 yılı itibariyle yapılan araştırma kapsamında Türkiye’de yıl ve cinsiyet faktörlerine bağlı olarak bireylerin internet kullanım oranları aşağıdaki görselde aktarılmıştır



Kaynak: TÜİK (2022), Hane halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması

Türkiye’de hane halkının internete erişimi %94,1 oranına ulaşmıştır. 16-74 yaş aralığında internet kullanım oranı 2021 yılında %82,6 iken, 2022 yılı itibariyle oran %85’e ulaşmıştır. Bu oranda erkek kullanıcılar %89,1 iken kadın kullanıcılar %80,9 olarak tespit edilmiştir. Toplam nüfus içerisinde interneti düzenli kullanan kitle 2022 yılının ilk 3 aylık sürecinde %82,7 oranındadır. İnterneti düzenli kullanımdan kastedilen; %69,1 oran ile kullanıcıların gün içerisinde birden fazla çevrimiçi olması, %10’luk oran ile kullanıcıların gün

içerisinde bir defa çevrimiçi olması, %2,7'lik oranda ise haftada bir veya daha az kullanım sağlanması yönündedir. Son 12 aylık sürece bakıldığı zaman Türkiye’de internetin özel amaç ve ihtiyaçlara yönelik mal veya hizmet satın almada kullanılma oranında da artış olduğu saptanmıştır. 2021 yılında bu oran %44,3 iken, 2022 yılı itibarıyla %46,2 ‘ye yükselmiştir. Cinsiyete göre internet üzerinden sipariş vermek (e-ticaret sitelerini kullanmak) erkek kullanıcılarda %49,7 oranındayken, kadın kullanıcılar için bu oran %42,7 olarak belirtilmiştir (TÜİK, 2022).



Kaynak: TÜİK (2022), İnternet Üzerinden Mal veya Hizmet Satın Alma

2022 yılının ilk 3 aylık periyodunda Türk Hane Halkı tarafından internet üzerinden en fazla satın alınanın gerçekleştirildiği ürün grupları %71,3 oran ile giyim, ayakkabı ve aksesuar olmuştur. Bunu %50,2 oranla hızlı yemek siparişleri ve restoran hizmetleri takip ederken, %28,7 oranla temizlik ve kişisel bakım ürünleri, kozmetik, sağlık ve güzellikle alakalı ürün grupları takip etmektedir. Çevrimiçi satın alınan bir başka alanda ücretli film ve dizi paketleri sunan platformların hizmetleridir. 2022 yılının ilk çeyreğinde bu platformlarda abonelik açma ve dijital içerik satın alma oranı %26,4 olarak saptanmıştır. Bu oranı %23,1 ile müzik indirmek ve yazılım güncellemek takip etmektedir. %21 lik dilimde ise çevrimiçi ulaşım hizmetlerinden (otobüs, uçak, tren, gemi vb.) faydalanılmıştır (TÜİK, 2022).

Sosyal medya platformları markalara, şirketlere, ünlülere ve içerik üreten fenomenlere hayran kitlelerine kolaylıkla ulaşma imkânı sunmaktadır. Takipçi, tüketici veya bireyler ile doğrudan iletişime ve etkileşime geçmek günümüzde mümkün hale gelmiştir. Marka yüzleri ve markaları takip edenler arasında bir bağ kurulmasını sağlamaktadır. Sosyal medya ve internet aracılığı ile trend olan ürünler, bilgiler, gündemler, haberler ve içerikler paylaşılmaktadır. Hedef kitleyle olan bağ yakınlaşmıştır. Günümüzde markalar için sosyal medyada oluşan algı ve elde edilen güç, firmaların pazarlama faaliyetlerinde başarıya ulaşmasını

etkilemektedir (Kupfer vd., 2018). Türkiye’de TÜİK (2022) verileri kapsamında en fazla kullanılan sosyal medya platformu, iletişim adına birinci sırada %82 oranla WhatsApp uygulamasıdır. Bu oranı %67,2 ile YouTube takip ederken, %57,6 ile Instagram’da üçüncü sırada yerini almaktadır. İlk üç sırada erkekler için popüler olan uygulamalar WhatsApp, Youtube ve Facebook iken, kadın kullanıcılar için ilk üç sırada WhatsApp, Youtube ve Instagram uygulamalarının tercih edildiğine ulaşılmıştır (TÜİK, 2022).

Fenomen kavramı; görünür, dikkat çeken, dikkate değer veya olağanüstü olarak algılanmakta ve tanımlanmaktadır. Bu kavrama bağlı olarak gelişen ‘sosyal medya fenomeni’ kavramı ise; çeşitli sosyal medya platformlarından yaptığı paylaşım ve içerikler sayesinde takipçiler kazanan, takipçi sayısını arttıran, takipçileri ile iletişimde olan ve bilgiler paylaşan kimselerdir. Bu kimselere kitleler tarafından hayranlık duyulmakta ve arada duygusal bir bağ kurulmaktadır. Sosyal medya platformları bu kişileri ünlü yaparak ‘fenomenlik’ başlığı altında yeni bir meslek tanımının da ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu kavramlar sayesinde pazarlama faaliyetlerinde yeni yöntemler gündeme gelmiş ve markalar rekabette üstünlük sağlama savaşına fenomenler aracılığı ile dahil olmuştur. Fenomenliğin bir diğer tabiri ‘Influencer’ olarak literatürde yer etmiştir. Kavramın tüketici davranışlarını ne yönde ve nasıl etkilediği güncel tartışma konusu iken sürecin belirsizliği de devam etmektedir (Canöz vd., 2020). Fenomen pazarlaması hatırı sayılır bireyler vasıtası ile kitlelere ulaşmak ve hayranlık uyandırmak aktiviteleri olarak tanımlanabilir. Fenomenlerin sosyal medya üzerinden belirli ve büyük bir kitleyi etkileme potansiyelleri söz konusudur. Bu kimseler herhangi bir ürün veya hizmetin tanıtımına yönelik kitleleri etkisi altına alabilir. Markaların sundukları ürün ve hizmete yönelik yürütülen pazarlama faaliyetleri fenomenler ile dolaylı yoldan tüketicilere kolaylıkla aktarılabilir (Bayuk ve Aslan, 2018). Sosyal medyada fenomenler kendilerini güvenilir, samimi ve ulaşılabilir yansıtmaktadır. Kitleler, fenomenlerde kendilerinden benzer özellikler görerek takip etme eğilimleri artmaktadır. Fenomenle takipçiler birbirlerini arkadaş gibi görmektedir. Bu sebeple fenomenlerin tüketim ve pazarlama faaliyetlerine yönelik kitleler üzerindeki etkisi söz konusudur (Chapple ve Cownie, 2017). Pazarlamada ‘ağızdan ağıza’ kullanılan yöntem, elektronik ortamda fenomen (kanaat önderi) sayesinde daha etkili yayılmaktadır. Mesajı ileten fenomen, mesajı alan fenomenin takipçi kitesidir (Xiong vd., 2018). Alışlagelmiş reklam tanıtımlarında ünlü yüzlerin kullanılması, elektronik ağızdan ağıza pazarlama (Electronic Word of mouth-EWOMM) sürecinde fenomenler ile gerçekleştirilmektedir. Bu sebeple fenomen pazarlaması; EWOMM ile reklam

tanıtım faaliyetlerinin kesişiminden ortaya çıkmış yeni trend kavramlardandır (Uzunoglu ve Kip, 2014).

İnsanı, insan etkileyebilir. Kitleleri, insan temsil ederken yönlendirebilir. Fenomenlerde insandır. Fenomenleri yönlendirenlerde firmalar, markalar, ürün ve hizmetlerdir. Birbirine bağlı bu halkalar pazarlama faaliyet zincirini oluşturmaktadır. Domino taşları gibi kesintisiz devam eden bu süreç, yeni düzende ve dijitalleşmede sanal bir formla karşımıza çıkmıştır. Dijitalleşmeye bağlı olarak çıkan bu kavramlar popüler kültürde ve yakın gelecekte karşımıza sıklıkla çıkmaya devam edecek olsa da belirsizlikler söz konusudur.

2.2.WOMM'dan EWOMM'a DÖNÜŞÜM

Günümüzde iletişim kaynaklarının çoğalmasıyla klasikleşen somut malların reklam tanıtım faaliyetleri form değiştirmeye başlamıştır. Fiziksel reklamlara yönelik tüketicilerin dikkatinin gün geçtikçe azaldığı tespit edilmiştir. Somut malların dışında hizmet sektörünün ve hizmet faaliyetlerinin ön plana çıktığı bu dönemde çeşitli tanıtım faaliyetleri popüler hale gelmektedir. Tüketiciler arasında alternatif bir pazarlama faaliyeti olan ağızdan ağıza durumu, oldukça dikkat çeken bir iletişim tarzı olarak ortaya çıkmıştır. Ağızdan ağıza iletişim sonucu ağızdan ağıza pazarlama (Word of mouth marketing) faaliyetleri oluşmuştur (Ateşoğlu ve Bayraktar, 2011). Ağızdan ağıza iletişim (Word of mouth-WOM) biçimsel olan ve bilinen en eski iletişim yöntemlerinden bir tanesidir. Kişiler arasında herhangi bir durum, ürün veya hizmet hakkında görüşlerin belirtilmesi ve aktarılması söz konusudur. WOM pazarlama (Word of mouth marketing-WOMM); tüketicilerin kendi arasında kurdukları sözel iletişime dayalı gerçekleşen pazarlama şeklidir. WOM ile tüketiciler, sözlü olarak ürün, hizmet, deneyim veya markaya yönelik olumlu ya da olumsuz şekilde görüş belirtirler (Ennew vd., 2000).

WOM pazarlama faaliyetleri 1960 yılında başlamıştır. Belirsiz ve bilinmez olan hizmet sektörüne dair birçok belirsizliği ortadan kaldırabilecek somut bir gelişmedir. Tüketici, ürün veya hizmeti deneyimlemeden önce bir fikre sahip olmayabilir ancak deneyimledikten sonra vardığı sonucu paylaşması pazarlama faaliyetleri adına somut bir kanıt niteliğindedir. Bu paylaşım ağızdan ağıza gerçekleşmektedir (Bansal ve Voyer, 2000). Ağızdan ağıza iletişim günlük hayatta her bireyin farketmeden dahil olduğu bir deneyimdir (Ateşoğlu ve Bayraktar, 2011). WOMM'un temel özellikleri arasında;

- Mal veya hizmet özelliklerinin belirginliği ve buna bağlı olarak tepkinin ortaya çıkması
- Mal veya hizmetin kendine özgü tat, doku, form vb. taşınması ve akılda kalması

- Mal veya hizmetin pazara yeni sunulması
- Mal veya hizmeti bilen ve danışılan kitlenin benzer inanç kalıpları taşıması
- Mal veya hizmete yönelik satın alma eyleminin risk barındırması ve tartışmaya açık olması
- Tüketicilerin satın alma sürecinde aktif rol oynaması gibi dinamikler yer almaktadır (Odabaşı, 2002).

Ağızdan ağıza pazarlama sürecinde etkili rol oynayan iki temel kitle söz konusudur. Birincisi; fikir liderleri olarak bilinen kişilerdir. Spesifik ürün veya hizmetlere yönelik hatırı sayılır uzmanlık bilgisine sahiplerdir. İkinci grupta ise piyasayı iyi koklayan ve işin kurdu olarak bilinen profiller yer almaktadır. Bu kimseler güçlü piyasa adamları olarak bilinir ve kitleleri etkileme güçleri yüksektir. Her iki grup temsilcileri çeşitli medya ve iletişim kanallarını kullanarak kitlelere ulaşmaktadır. Ağızdan ağıza sözlü iletişim süreci bu bireylerde gönüllülük esasıyla gerçekleşir. Kitleler ile ürün, hizmet ve pazara dair bilgi paylaşımı yaparlar (Lundberg, 2008).

Bu dinamik günümüzde en hızlı, kolay ve ulaşılabilir iletişim kanallarından biri olan internet faktörünün devreye girmesi ile EWOM'a dönüşmüştür. WOM'un elektronik ortama (sanal) taşınması bireyler arasında paylaşımların sanal platformlar üzerinden yapılmasını mümkün kılmıştır. Günlük hayatta karşımıza çıkanlar, sosyal, kültürel veya ekonomik olaylar, alışveriş deneyimlerimiz sonrası ürün veya hizmete yönelik vardığımız sonuçlar üçüncü kişilere sanal iletişim kanalları üzerinden ulaşmaktadır. Ağızdan ağıza iletişim sürecine internet faktörü de dahil olmuştur. Web uzantıları üzerinden tüketiciler ürün veya hizmete yönelik yaşadıkları deneyimleri, satın alma sürecini, olumlu veya olumsuz görüşlerini yorum yaparak paylaşmaktadır (Gülmez, 2011). Çevrimiçi gerçekleşen EWOM süreci açık ve net paylaşımlar içermektedir. Yapılan araştırmalara göre yüz yüze iletişimde yaşanan çekingenlik durumu EWOM'da yerini rahatlığa bırakmakta ve bireylerin minimum endişeyle, özgürce yorum yapabilme potansiyellerini ortaya çıkarmaktadır. Paylaşımlar serbestlik barındırır (Sun vd., 2006). Ek olarak, bireylerin markalar hakkında en rahat ve sıkça konuştukları platformların başında internet gelmektedir. İnternetin yanı sıra televizyon, basılı medya kanalları, radyo vb. iletişim mecraları da diğer alternatifler arasındadır (Chiarelli, 2006).

Fenomenlerin EWOM sürecine dahil olması sosyal medya paylaşımları ve tıklanma oranları ile kitlelere ulaşmalarıyla gerçekleşir. Günümüzde fenomenler tarafından takipçilere yönelik çekilen Vloglar (Video Blog) sayesinde tüketiciler ile bağlantıya geçilir. Bireylerin satın alma süreçleri bu Vloglarda yapılan içerik paylaşımları ile etkilenebilir. Ortaya çıkan yeni popüler kavramlar içerisinde;

Vlogger izlemek, takip etmek, Vloggerın tavsiyeleri, Youtuber, paylaşımları, Instagrammerlar yer almaktadır.

3.YENİ TRENDLER, TÜKETİCİLER VE OLASI GELECEK

Yapılan birçok araştırma kapsamında sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen marka algısı, marka tercihleri ve yeni tüketici profilleri analiz edilmeye çalışılmıştır (Gruen vd., 2006). Ancak günümüzde canlı yayın, Vlog paylaşımları, YouTube içerikleri, ürün yerleştirmeler, video içerisinde sponsorluk alınarak ücretli gerçekleştirilen tanıtımlar ve sosyal medya üzerinden anlık link paylaşımları kapsamında yeterli çalışma ve analiz henüz yapılmamıştır. Güncel ve soyut kavramların somut verilerle ölçülebilmesi ve netleşmesi için zamana ihtiyaç olduğunu söylemek mümkündür. Söz konusu kavramların temeli geçmişe dayalı olsa da günümüzde popüler hale gelmesi, ilgiyi ve dikkati bu alanlara çekmektedir.

Sanal platformlar üzerinden çekilen vloglar ile sıradan kişilerin fenomen ve bilirkişiye dönüşmesi, bu profilleri sosyal medyada ünlü hale getirmektedir. Bu kişiler tüketicileri ve kitleleri yakalamak konusunda etkilidir (Müftüoğlu vd., 2018). Videolar, YouTube platformuna yüklenerek yüzlerce kişiye tek seferde ulaşmak mümkün hale gelmektedir (Freeman ve Chapman, 2007). EWOM süreci bireylerin özgürce hareket etmesini sağlamaktadır. Yüz yüze veya sözlü olarak gerçekleşmesi imkânsız olan paylaşımlar elektronik ortamda daha etkili ve kolay şekilde gerçekleşmektedir. Çevrimiçi ortamlarda alışılmış fiziksel sürecin aksine daha güvenilir paylaşımlar yapılmaya başlanmıştır. Elde edilen bilgiyi değerlendirmek ve kıyaslamak daha hızlıdır. Sınırsız bir ortamda sınırsız sayıda ürün ve hizmete dair bilgi aktarımı yapmak mümkündür (Chan ve Ngai, 2011).

Pazarda sunulan bir ürün veya hizmetin tüketici ve müşteriye sunacağı fayda daima ön plandadır. Tüketici ve müşteri bir ürün veya hizmeti satın almaya gitmeden önce fayda, maliyet durumunu analiz eder. Genellikle önce faydalar toplamı, ardından elde edilecek faydalara yönelik toplam maliyet değerlendirilir. Firmalar bazında, ürün ve hizmetlerin pazarda başarıya ulaşabilmesi için beklentilerin karşılanması gerekmektedir. Hedef kitlenin ürün ve hizmetleri olumlu yönde değerlendirmesi pazardaki başarıyı beraberinde getirir. Elde edilen fayda ve ödenen bedel bazen somut, bazen de soyut faktörler içindir. Bir marka farklı tanıtım kanallarında faaliyet yürütebiliyor ve hedef kitleyi etkileyebiliyorsa bilinirliği o kadar artar ve tercih edilir (Şengün, 2017). Küreselleşmenin etkisi altında olan pazarda e-ticaret, on-line (çevrimiçi) mağazacılık, değişen tüketici satın alma kararları, marka faaliyetleri ve algısı, yeni nesil dijital dilin popüler hale gelmesi ve daha birçok parametre etkili rol oynamaktadır. Günümüzde geleneksel pazarlama iletişim araçları ve süreci hızla değişirken bu değişimin

içerisinde ‘çevrimiçi etkileyiciler’ yani fenomenler ortaya çıkmakta ve dikkat çekmektedir (Çopuroğlu, 2022).

Çevrimiçi olmanın yaygınlaştığı bu dönemde çevrimiçi mağazacılık anlayışı, çevrimiçi ticari faaliyetlerin yürütülmesi, çeşitli platformların ortaya çıkması mevcut rekabet anlayışının değişmesine ve küreselcilerin daha yoğun rekabet sürecine girmesine sebep olmuştur. Medya kullanımının artması, yeni nesil dijital tüketici sınıfının ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Sosyal ve dijital mecralarda yeni nesil tüketiciler marka ve deneyimler arasında daha hızlı geçiş ve kıyaslama yapabilmektedir. Mevcut ve bilinen eski tüketici kitlesi yıllarca firmaların ürettiği ve sunduğu içeriklere mecbur kalırken, günümüz yeni nesil tüketiciler dijital platformlarda güven eğilimine dayalı tutum sergilemektedir. Bu kitlelerin yöneldiği profiller, orta seviyede güven duyabildikleri kişiler, paylaşımlar ve içeriklerdir (Rahmah, 2019). Tamda bu noktada teknolojinin getirmiş olduğu yoğun bilgi yığına karşılık, bireylerde sosyal güvensizliğin ve duygusal yönde baskının artması geleneksel pazarlama iletişimi yöntemlerini devre dışı bırakmıştır. Klasik tanıtım faaliyetlerinden olan reklamların etkisi, çevrimiçi etkileyiciler (fenomenler) üzerinden gerçekleşmeye başlamıştır (Wiedmann ve Mettenheim, 2020).

Dünya genelinde başta takipçi sayısı ve sosyal mecra da paylaşılan içerikler sebebiyle ilk yirmide yer alan fenomenlere bakıldığında, benzer yaş grubundan fakat farklı kültürlerden geldikleri görülmektedir. İçerik temaları birbirinden farklı ancak temsil ettikleri yaş grupları benzer özellikler taşımaktadır. İlk sıralarda kendine özgü ve dinamik paylaşımlar yapan fenomenler yer almakta, bu fenomenler komik ve eğlenceli içerikleri ile dikkat çekmektedir. Takip edilme sebeplerinin arasında eğlenme ve eğlendirme temelli paylaşımlar yapmaları en belirgin özellikleridir. Popüler olan bir diğer içerik teması ise, kozmetik, kişisel bakım, stil ve modayken buna ek olarak yemek tarifi paylaşımları ve seyahat içeriklerinin de fenomen ortaya çıkaran içerikler arasında yer aldığı görülmektedir. Her kültürden ve seviyeden takipçiyi bir araya getiren unsur fenomenlerdir. Birçok fenomenin sosyal medyada takma isimler (nickname) ile hesap açarak paylaşım yapmaya başladıkları bilinmektedir. Takipçi sayısı ve etkileşim oranı arttıkça gerçek kimliğini ortaya çıkaran fenomenler olduğu gibi kimliğini ilk günden itibaren saklı tutmayı tercih eden fenomenlerde söz konusudur.

Fenomenler, takipçileri tarafından genellikle ‘sosyal’ olarak tanımlanır. Bir fenomenin sosyal medyada sosyal olması ‘en ünlü sosyal medya fenomeni’ sıfatı ile anılmasına sebep olmaktadır. Aktörler veya geçmişten bu yana ünlü bilinen isimler sosyal medya hesapları üzerinden doğrudan fenomen olma potansiyeline sahiptir. Önceden bilinirler ve bilinirlikleri sosyal medya üzerinden devam eder.

Genelde bu profiller markalarla çalışmakta ve sosyal medya hesaplarında ürün tanıtımları yapmaktadır (Aysima, 2021). Fenomenlerin sosyal medya platformlarındaki varlığı, sosyal medyada fenomen endüstrisinin oluşmasına ve bu endüstrinin istatistiksel yorumlanmasına zemin hazırlamıştır. Her fenomen hesabının takipçi sayısı, içerik paylaşımı ve etkileşim oranı istatistiksel olarak birbirinden farklıdır ancak sıralamada aynı kalmaktadır. Fenomenlerin paylaştıkları içerik temalarına benzer nitelikte ürün veya marka tanıtımlarında yer aldıkları görülmektedir.

Günümüzde sosyal medya fenomenleri, son dönemde elde ettikleri kazançlar ve gelir düzeyleri ile gündeme gelmektedir. Aylık gelirleri, takipçi kitleleri tarafından en merak edilen konular arasında yer almaktadır. Bu durum fenomenleri daha da ünlü yapmakta ve fenomen olgusuna sektörde yeni bir soluk kazandırmaktadır. İnsanların gözünde fenomen olmak, büyüleyici bir durum olarak değerlendirilmektedir. En çok kullandığımız platformlarda en sık takip ettiğimiz ve beğendiğimiz kişiler bizim için en başarılı fenomenlerdir. Bir diğer temel unsur takipçi sayısı en fazla olan ismin, en ünlü fenomen olarak tanımlanmasıdır (InstaBakkal, 2021). Fenomenleşen isimler, marka, ürün ve hizmet tanıtımları yaparak sosyal medya platformlarından elde ettikleri gelirlere ek bir gelir kaynağı da sağlamaktadır. Tüketicilerin, tanıtım videoları ve içerik paylaşımları sonucu satın almaya yönelmeleri firmaların fenomenler ile daha çok tanıtım faaliyeti gerçekleştirmesine sebep olmaktadır. Belli bir döneme ve takipçi seviyesine ulaştıktan sonra fenomenin odak noktası sosyal medyada içerik üretmenin ilerisine taşınarak, kendi markasını kurmak ve ürünlerini pazara sunmak haline dönüşmektedir. Günümüzde bu konuda örnekler görmek ve markalaşan fenomenlere rastlamak mümkündür. Bu fenomen hesaplarında paylaşılan içerikler, seviye atlandıktan ve markalaştıktan sonra rutinleşerek durağan hale gelmektedir. Bu süreçte sosyal medya hesaplarından fenomeni ve markasını desteklemek adına içerik paylaşımları yapılmaktadır. Fenomenin varlığı sanal ortamdan fiziksel ortama taşınarak takipçi kitlesi kendi markasına ve satın almaya yönlendirilmektedir.

Fenomen (Çevrimiçi etkileyici- Influencer), sosyal medya hesaplarından büyük kitlelere ulaşan ve doğal pazarlama ortamı yaratan kimselerdir. Bireysel yetenekleri sayesinde sadık bir takipçi kitlesi vardır. Influencer kimse, firmalardan gönderi ve beğeni oranı başına ücret almaktadır. Gelirlerini arttırmaya yönelik doğal olmayan yollar ve çözümler üzerinden belli bir ücret karşılığı çeşitli kanallardan takipçi satın alarak hesaplarını takip ettirebilmektedirler. Bir fenomenin birden fazla sahte (fake) hesabı açılabilir ve aynı fenomen tarafından bu hesaplar yönetilebilir. Sahte hesap ve erişimler fenomenin yanı sıra fenomenle iş birliği yapan markaların da güven endeksini

riske atabilir. Sınırların gerçeklikten uzaklaştığı sahte durumlarda takipçi kitlesi içerisinde gerçek ve sadık müşteri profillerinin de tanıtımı gerçekleştirilen marka veya ürünlere dair güvensizlik yaşaması mümkündür. Mevcut sistem ve sosyal platformlar %15 oranına kadar sahte takipçi sayısı kabul edebilmektedir. Ancak büyük ve bilinen markaların birçoğu iş birliği yaptığı fenomenler içerisinde takipçi sayısı %6 lık oranı bulan ve gerçek takipçilerden oluşan profillere ödeme yapmayı kabul etmektedir (InfluencerMan, 2022). Bu durum güçlü markaların sahte hesap ve takipçi kitlelerine karşı fenomenlerle yaptıkları ticari iş birliklerinde seçici davrandıklarını göstermektedir.

Z kuşağı (Yeni nesil) tüketiciler için pazarlama faaliyetlerinde fenomen kullanılması geleneksel pazarlama yöntemlerinden daha akılda kalıcı ve etkili değerlendirilmektedir. Günümüz dünyasının yeni kanaat önderleri ‘Fenomenler’ olarak görülmektedir. Yeni nesil tüketici, takip ettikleri fenomenler ile güven ve samimiyete dayalı bir ilişki kurmaktadır. Aradaki bu bağda kalıcı ve satış odaklı sürecin başlamasına sebep olmaktadır. Fenomen pazarlaması gücünü üç temel faktörden almaktadır (InfluencerMan, 2022).

1. İlk faktör, fenomenle kurulan sosyal erişim imkanıdır. Günlük hayatta vakit geçirip paylaşım yaptığınız arkadaşlarınızdan farkı yoktur. Herkes gibi fenomenlerde insandır ve sosyal medya hesapları üzerinden kitlelere doğal halleri ile ulaşmaktadır

2. İkinci etken faktör, kendilerini ve tercihlerini yansıtan doğal içerikler üretmeleridir. Her bir fenomen etkili, yaratıcı ve kendi tarzı ile tanıtım faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Pazarlama odaklı girişimler orijinal olmayı gerektirmektedir.

3. Üçüncü ve son faktör, belli bir kitleye ulaşarak potansiyel müşteri ve tüketici güvenine sahip olmaktır. Fenomenler, yeni neslin ve bizlerin yeni ‘dijital arkadaşlar’ı olarak görülmektedir. Buna bağlı olarak bir fenomenin kullandığı veya tercih ettiği ürün /hizmet fenomenin ön değerlendirmesinden, filtresinden geçmiş kabul edilmektedir. Fenomenin bir ürünü veya hizmeti kullanıyor olması tüketicinin gözünde kaliteli olarak sınıflandırılmaktadır. Bu nedenle, fikirler veya ürünler fenomenler sayesinde geleneksel yöntemlerin aksine daha hızlı ve etkili benimsetilebilir.

YouTube fenomenleri takipçilerini dinleyip onlarla etkileşime geçtiği için böyle topluluklarda bu durum hayranlıktan arkadaşlık ilişkisine benzer bir hal alıyor.



70%

genç YouTube aboneleri
YouTube fenomenlerini
geleneksel ünlülere tercih
ediyorlar.



10 kişiden 4'ü

2000 yılı sonrası doğan YouTube
kullanıcıları, YouTube fenomenleri
onları onları arkadaşlarından daha iyi
anladığını söylüyor.

Kaynak: <https://www.devteam.space/blog/build-an-influencer-marketing-solution-with-our-guide/>

Markaların, pazarlama ve tanıtım faaliyetleri için fenomen tercihlerinde dikkat etmesi gereken temel faktörler içerisinde; doğru içerik üretebilecek doğru fenomeni bulmaktır. Fenomenin yapacağı tanıtım, dönemsel ve geleneksel reklam faaliyetleri gibi, sosyal medya üzerinden ses getirecek ve dikkat çekecek nitelikte olmalıdır. Ek olarak, tanıtımın gerçekleşeceği sosyal medya platformuna karar vermek önemlidir. Doğru reklam içeriğinin doğru medya platformunda paylaşılması ve kitlelere ulaşması kritik bir noktadır. Fenomenler kendi markalarını kurmak ve takipçi listesi geliştirmek için hareket ederler. Attıkları her adım ve yaptıkları her girişimde takipçi kitlelerini korumak ve güven vermek öncelikleridir. Sosyal medyada başarılı olabilmek organik takipçilere sahip olmakla mümkündür. Sosyal medyada içerik üretmek ve pazarlama faaliyeti gerçekleştirmek yavaş ve istikrarlı olmayı gerektirmektedir. Bu bir sektördür ve fenomenler otoritelerini, düşünce güçlerini sosyal medya hesapları üzerinden aktarmaktadır. Güvenilir olmak ve düşünceleri aktarmak viral yollarla sağlanmakta ve bir süre sonra fenomen tarafından yapılan her eylem ikonlaşmaya başlamaktadır. Fenomen pazarlaması, takipçilerin zihnine ve kalbine dokunarak sadık ve aktif takipçilerle yürütülen yavaş bir oyundur. Yapılan birçok araştırmada tüketicilerin %90 dan fazlası geleneksel tanıtım faaliyetleri yerine

ağızdan ağıza deneyimlerin aktarılmasını daha etkili bulduğunu belirtmiştir. Yeni nesil tüketiciler takip ettikleri fenomenlerin kendilerini en yakın arkadaşlarından daha iyi anladıklarını savunmaktadır. Günümüzde fenomenler ve fenomen pazarlaması gayri resmi gerçekleşen bir marka elçiliği olarak düşünülebilir. Yeni nesil tüketici sosyal medya üzerinden gerçekleşen EWOM sürecini de desteklemektedir (InfluencerMan, 2022).

Fenomen pazarlaması ve EWOM sürecine dair bu dinamiklerin her biri şirketlere sosyal bir kanıt niteliğindedir ve göz ardı edilemez fırsatları beraberinde getirmektedir. Yeni düzende yerini alabilmek olası gelecek için gereklidir.

SONUÇ

İnsan var olduğu sürece ihtiyaç ve isteklerde var olmaya devam edecektir. Geçmişten günümüze insanı merkezine alan sektörlerde rekabetin daha yoğun ve değişimin hızlı olduğu görülmektedir. İhtiyaçlar yeni dünya düzeni ve dinamikler ile günden güne evrimleşmektedir. Her an her şeyin değişebildiği, bilginin ve deneyimlerin dünyanın bir ucundan diğer ucuna tek tuşla ulaşabildiği bu süreçte teknolojinin etkilerini görmezden gelmek mümkün değildir. Dijitalin hayatlarımıza girmesi, fiziksel dünyanın sanal ortamlara taşınmasına sebep olmuştur. Mevcut düzende atılan her adım ve yapılan her girişimin başına ‘sanal’ veya ‘elektronik’ ibaresi koyarak ilerlemek düzeni soyutlaştırırken, bu düzende sağlam bir oyuncu olabilmek ve hayatta kalabilmek adına dijitalleşmek firmalar, markalar ve tüketiciler için mecbur hale gelmiştir. Fakat tamda bu noktada her şeyin dijital forma dönüşmesi ve sanal platformlara aktarılması sınırları belirsiz yepyeni bir dünya düzeninin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu düzene uyum sağlayabilmek kısa sürede gerçekleşirken, düzen içerisinde uzun süre hayatta kalabilmek ve fark edilmek ise yavaş ve sabırlı olmakla mümkündür. Sosyal medyanın etkisi ve paylaşım hızı yüksek, getirdiği yıkımlar ve yaptırımlar ise ağır olabilecek niteliktedir. Eskiden tutunma çabası reklamlar ve halkla ilişkilerken, günümüzde sosyal medya hesapları ve sanal platformlar yeni iletişim kanallarıdır. Hemen hemen her bireyin günlük hayatta internete erişim imkânı vardır. Çevrimiçi olmak, bireylerde temel ve zaruri bir ihtiyaç haline gelmiştir. Çevrimiçiyken kendini daha özgür ve konforlu hissedenden bireylerin en yakın ve etkili temasa geçtiği kimselerde kanaat önderleri niteliğini taşıyan fenomenlerdir. Fenomenler ile takipçiler arasında farklı bir bağ kurulmaktadır. Paylaşımların kitleler üzerinde gözle görülür ve ispatlanır nitelikte etkileri vardır. Bir fenomen, geleneksel pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine dair bilinen birçok tabuyu yıkabilecek güçtedir. Markalar, ürün ve hizmet sunan firmalar kendilerini sanal ortamlarda temsil edecek elçiler yani fenomenler ile iş birliği yapmaya

başlamıştır. Fenomen pazarlaması ve EWOM kavramları bu sürece bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Her iki kavramda yeni dünya düzeninin ve popüler kültürün trend başlıkları arasında yer almaktadır. Dijitalleşmenin etkileri hızlı ve kontrol edilmesi zordur. Sanal ortamlar bireylere ve fenomenlere birçok özgürlük sunabilirken, firmalar için bu durum henüz netleşmemiştir. Sahte hesaplar, ücretli takipçi satın alma süreçleri, fenomenlerin iş birliği yapmasını sağlayan aracı firmalar ve güvenin kolayca sarsılabildiği bu ortamların denetlenmesi ve yakın gelecekteki etkileri henüz bilinmemektedir. Planlı veya plansız üretilip takipçi kitleleri ile paylaşılan içerikler anda tüketilmektedir. Anda tüketilen içerikler farklı kitle ve platformlara tek tuşla ve yüksek hızla yayılabilmektedir. Bu sebeple markaların fenomen, içerik ve sosyal medya kanalı tercihlerinde titiz davranmaları gerekir. İnternet ortamında atılan her adımın parmak izi gibi kaldığı ve kontrolün farklı kişiler tarafından kolaylıkla ele alınabildiği bu süreçte zemin kaygandır ve ciddi riskler barındırmaktadır. Her girişim kendi içinde bir risk barındırır ancak dijital dünya başlıca risk faktörü olarak değerlendirilebilir. Oyunun kuralları yeni dünya düzeni ve bu düzenin güçleri tarafından oluşturulmuştur. Roller değişmekte, reklamın yerini fenomenler; mağazadaki fiziksel müşterinin yerini de takipçiler almıştır. Televizyon, radyo ve sinema gibi iletişim kanalları ise yerini sosyal medyaya (YouTube, Instagram, Twitter vb.) bırakmıştır. Yetkili kişilere ve markalara düşen görev ise bu yeni oyunu başarılı şekilde oynayabilmek ve varlığını sürdürebilmektir. Bu noktada başarılı olmanın anahtarı oyun kurucular (fenomen, vlogger, instagrammer, blogger vb.) ile iş birliği yapmaktan geçmektedir. Düzenin dışında kalmak, rekabetin ve pazarın dışında kalmaya benzetilebilir. Yeni trend, yeni ilham kaynağı, yeni etkileyiciler, yeni popüler kültür, yeni oyuncular, yeni stilistler, yeni iş kuranlar ve markalarını yarananlar, yeni söz sahibi kişiler fenomenlerdir. Anlaşılması zor yeni ilişki tipi ise fenomenler ile takipçiler arasındaki süreçtir. Bu oyunda, yardımcı rolde olan ve oyuna sonradan dahil olan taraflar markalar ve işletmelerdir. Sektör içerisinde yeni bir sektör oluşması olası geleceği etkilemektedir. Bu etkinin olumlu veya olumsuz yönde gerçekleşip gerçekleşmeyeceğini tahmin edebilmek günümüzde pek mümkün değildir. Anda üretilen, tüketilen ve anlık değişebilen bir oyun oynanmaya başlamıştır. Yeni nesil tüketici ve markalar için yeni dünya düzeninde değişmeyecek olan tek şeyin 'değişimin kendisi' olduğunu söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

1. Alankuş, Z. (2021). Covid-19'un Gölgesinde Dijital Pazarlama ve Yeni Yaklaşımlar. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 4(1) 94-125
2. AMA (American Marketin Association). (2017). Definitions of Marketing. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/> Erişim Tarihi: 17.11. 2022.
3. Ateşoğlu, İ., & Bayraktar, S. (2011). Ağızdan ağıza pazarlamanın turistlerin destinasyon seçimindeki etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(14), 95-108.
4. Aysima, S. (2021). Dünyanın En Ünlü Sosyal Medya Fenomenleri Kimlerdir? <https://sociamag.com/dunyanin-en-unlu-sosyal-medya-fenomenleri-kimlerdir/> Erişim Tarihi: 13.12.2022.
5. Bansal, Harvir S. ve Peter. A. Voyer (2000), "Word of Mouth Processes within a Services Purchase Decision Context", *Journal of Service Research*, Vol:3 No:2, pp. 166-177.
6. BAYUK, N., ASLAN, M. (2018). "Influencer Marketing: Hatırlı Pazarlama", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6, (75), 173-178.
7. Canöz, K., Gülmez, Ö., & Eroğlu, G. (2020). Pazarlamanın yükselen Yıldızı influencer marketing: Influencer takipçilerinin satın alma davranışını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(1), 73-91.
8. Cemalcılar, İ. (1983). Pazarlama, Eskişehir: Hakan Ofset.
9. Chan, Yoland Y. Y. ve Ngai, E.W.T. (2011), "Conceptualising Electronic Word-of-Mouth Activity: An InputProcess-Output Perspective", *Marketing Intelligence & Planning*, 29 (5), s. 490.
10. Chapple, C., & Cownie, F. (2017). An Investigation into Viewer' Trust in and Response Towards Disclosed Paid-for-Endorsements by YouTube Lifestyle Vloggers. *Journal of Promotional Communications in Statistics*, 5, 110-136.
11. Chiarelli, N. (2006). The Global Rise of Word of Mouth, *Brand Strategy*, October, 42-43.
12. ÇOPUROĞLU, F. (2022). Fenomen Pazarlamanın Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Menşei Ülkenin Aracılık Rolü. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(4), 2258-2275.
13. Davies, A. (2021). How to Build an Influencer Marketing Software? <https://www.devteam.space/blog/build-an-influencer-marketing-solution-with-our-guide/> Erişim Tarihi: 11.12.2022.

- 14.DPE Dijital. (2020). Dijital Pazarlama. <https://www.dpedijital.com/dijital-pazarlama-nedir/> Erişim Tarihi: 09.11.2022.
- 15.Ennew, T.Christine, Ashish K. Banerjee ve Derek Li (2000), “Managing Word of Mouth Communication: Empirical Evidence from India”, *International Journal Bank Marketing*, Vol: 18, No:2, pp. 75-82.
- 16.Erdoğan, Z. (2014). Pazarlama, Z. Erdoğan (Ed.). Pazarlamanın Konusu, Kapsamı, Gelişimi ve Diğer Sosyal Bilimlerle İlişkisi (3-24). Bırsa: Ekin Yayınevi.
- 17.Freeman, B. ve S. Chapman. (2007), “Is Youtube Telling or Selling You Something? Tobacco Content on The Youtube Video-Sharing Website”, *Tobacco Control*, 16 (3).
- 18.Gruen, T.W., T. Osmonbekov ve A.J. Czaplewski. (2006), “eWOM: The Impact of Customer-to-Customer Online Know-How Exchange on Customer Value and Loyalty”, *Journal of Business Research*, 59 (4).
- 19.Gülmez, M. (2011). İnternet üzerinde ağızdan ağıza pazarlama uygulama örnekleri. *Journal of Internet Applications and Management*, 2(1), 29-36.
- 20.InfluencerMan, M. (2022). Türkiye’nin Influencer Ajandası. <https://www.influenceraman.com/influencer-marketing> Erişim Tarihi: 13.12.2022.
- 21.InstaBakkal, S. (2021). Türkiye’nin En Başarılı Instagram Fenomenleri. <https://www.instabakkal.com/blog/turkiye-nin-en-basarili-instagram-fenomenleri/> Erişim Tarihi: 13.12.2022.
- 22.Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- 23.Kupfer, A.-K., Pähler vor der Holte, N., Kübler, R. V., & Hennig-Thurau, T. (2018). The Role of the Partner Brand’s Social Media Power in Brand Alliances. *Journal of Marketing*, 82(3), 25-44. doi:10.1509/jm.15.053
- 24.Kutlu, B. (2018). Dijital Ekosistemler ve Veri Platformları. <https://digitalage.com.tr/makale/dijital-ekosistemler-ve-veri-platformlari/> Erişim Tarihi: 09.12.2022.
- 25.Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A Thematic Exploration of Digital, Social Media, and Mobile Marketing: Research Evolution from 2000 to 2015 and an Agenda for Future Inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6), 146-172. doi:10.1509/j
- 26.Lundberg, M.Christine (2008), “A Word of Mouth Approach to Informal Information Sharing Among Part-Time and Short-Term Employed Front-

- Line Workers in Tourism”, Journal of Vocation Marketing, Vol:18 No:23, pp. 23-39.
- 27.Martínez-López, F. J., Anaya-Sánchez, R., Fernández Giordano, M., & Lopez-Lopez, D. (2020). Behind influencer marketing: key marketing decisions and their effects on followers’ responses. Journal of Marketing Management, 36(7-8), 579-607. doi:10.1080/0267257X.2020.173852
- 28.Müftüoğlu, S., Tosun, N. B., & Ülker, Y. (2018). Elektronik ağızdan ağıza iletişim (ewom) kanalı olarak youtube vloggerların satın alma niyeti oluşumundaki rolü. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(24), 231-254.
- 29.Odabaşı, Yavuz (2002), Tüketici Davranışı, MediaCat Yayınları, İstanbul
- 30.Pala, U. (2021). Dijital Pazarlamada Güncel Araştırmalar. ‘Dijital Pazarlamada Yeni Trend: Fenomen Pazarlaması’. İstanbul: Artikel Akademi.
- 31.Rahmah, S. ve Ren, D. (2019). The Impact of micro-influencer marketing on millennials purchasing decision. Master Thesis, SKEMA Business School, Paris.
- 32.Ries, A. ve Trout, J. (2019). Konumlandırma: Tüketici Zihnini Fethetme Savaşı, E. Kızıldağ (Çev.). İstanbul: MediaCat Yayıncılık.
- 33.Simkin, L. (2000). Marketing is marketing- maybe!. Marketing Intelligence & Planning, 18(3), 154-158.
- 34.Sun, T., Seounmi, Y., Guohua W., & Mana, K. (2006). Online Word-of-Mouth (or Mouse): An Exploration of ItsAntecedents and Consequences, Journal of Computer-Mediated Communication, 11(4), 1104–1127.
- 35.Şengül, O. (2019). 2 Satte A’dan Z’ye Dijital Pazarlama. İstanbul: Ceres Yayınları.
- 36.Şengün, N. (2017). Müşteri ile Tüketici Aynı Şey Mi? <https://www.nailsengun.com/single-post/musteri-i-%CC%87le-tuketici-ayn%C4%B1-sey-mi> Erişim Tarihi: 12.12.2022.
- 37.Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 9(1), 51.
- 38.TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2022). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587) Erişim Tarihi: 13.12.2022.
- 39.Uraz, Ç. (1978). Temel Pazarlama Bilgileri, Ankara: Kalite Matbaası.
- 40.Uzunoğlu, E., & Kip, S. (2014). Brand communication through digital influencers: Leveraging blogger engagement. International Journal of

- Information Management, 34(5), 592-602.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.04.007>
41. Yıldız, H. (2020). Pazarlama Nedir? <https://www.haldunyildiz.com/pazarlama-nedir/> Erişim Tarihi: 10.11.2022.
42. Yılmaz, M. (2017). Dijital Pazarlama Rehberi. <https://metehanyilmaz.com.tr/dijital-pazarlama-nedir/> Erişim Tarihi: 09.11.2022.
43. Zeren, D., & Nagihan, K. A. Y. A. (2020). Dijital pazarlama: Ulusal yazının bibliyometrik analizi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 35-52.
44. Walters, S. (1992). Marketing: A how-to-do manual for librarians, New York: NealSchuman.
45. Wiedmann, K. P., ve von Mettenheim, W. (2020). Attractiveness, trustworthiness and expertise–social influencers’ winning formula? *Journal of Product & Brand Management*, 30(5), 707-725.
46. Xiong, Y., Cheng, Z., Liang, E., & Wu, Y. (2018). Accumulation mechanism of opinion leaders’ social interaction ties in virtual communities: Empirical evidence from China. *Computers in Human Behavior*, 82, 81-93. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.005>

MUHASEBE MESLEĞİNDE HAKSIZ REKABET VE YAPILAN DÜZENLEMELER

Meltem TOKER¹

Doç.Dr.Duygu CELAYİR

*¹İstanbul Ticaret Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Muhasebe ve Denetim Doktora Programı Öğrencisi,
m-toker78@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-5456-988X*

*² İstanbul Ticaret Üniversitesi – İşletme Fakültesi – Muhasebe ve Denetim
Bölümü, dcelayir@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1435-3910.*

GİRİŞ

İnsanoğlu için rekabet olgusu; doğum ile başlar ve hayat boyu devam eder. Çağdaş ekonomi kurallarını benimseyen ülkelerin çoğunda, anayasa ve yasalar ile çalışma ve ticaret alanındaki özgürlükler temel bir hak olarak düzenlenmiştir. Rekabet olgusu da ticaret ve iş hayatının olmazsa olmaz en önemli unsurlarından birisi olması sebebiyle diğer haklarda olduğu gibi, toplumsal ve ekonomik düzen bakımından rekabet etmenin de sınırlarının var olması oldukça önemlilik arz etmektedir. Bu sınırlar piyasadaki düzeninin korunması için gerek rakiplerin gerekse müşterilerin haklarının korunması amacıyla oluşturulmuştur. Bu bağlamda toplumsal düzenin sağlanması bakımından; etik kurallar ve hukuk kuralları oluşturulmuştur. Ekonomik olarak ise gerekli denge ve düzenin sağlanması amacıyla rekabet ile ilgili olarak; Borçlar Kanunu, Türk Ticaret Kanunu ve meslek örgütlerinin bağlı olduğu meslek üyelerinin tabi olduğu birçok alanda hukuk kuralları oluşturulmuştur. Genel olarak piyasada dengeyi bozan davranışlar, rekabet ihlallerinin denetlenmesi ve yaptırıma tabi tutulması üzerinde yoğunlaşmaktadır. Rekabet, 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da; Mal ve hizmet piyasalarındaki girişimlerin arasındaki iktisadi kararlarının özgür bir şekilde verilebilmesine imkân tanıyan yarış şeklinde tanımlanmıştır (Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, M.3).

Haksız rekabet ise, meslek mensuplarının birbirleriyle ve iş sahibi ile olan ilişkilerini etkileyen aldatma unsuru içeren, kandırıcı ya da diğer biçimdeki dürüstlük kurallarına aykırı davranışlar ya da mesleki uygulamalardır (Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliği, M. 4). Haksız rekabet, meslek mensuplarının birbirleriyle ve iş sahibi ile olan ilişkilerini etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kurallarına aykırı davranışlarını veya meslek faaliyetlerini ifade etmektedir (Kurnaz, Altunal, ve Özbek, 2016).

Haksız rekabeti önlemede başta TÜRMOB (Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği) olmak üzere, yönetmelikle oluşturulan TÜRHAH (Türkiye Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu) ve tümodalara önemli görev ve sorumluluklar verilmiştir. TÜRMOB tarafından bizzat hazırlanan ve uygulamaya başlatılmış olan E-Birlik yazılımı sayesinde "TÜRMOB-Odalar ve Meslek Mensupları" arasında üçlü bir bağ oluşturulmuş ve bu bağ içerisinde yapılacak tüm iş ve işlemler elektronik sisteme dökülmesi amaçlanmıştır. Böylece işlerin yoğun bürokrasi ve ağır işleyen yapıdan uzaklaşarak hızlı, ekonomik ve daha adil bir şekilde yapılması ve ayrıca ülke geneline yayılması amaçlanmıştır.

1. Muhasebe Mesleği

Muhasebe mesleği toplumda önemli bir rol oynamaktadır. Yatırımcılar, kreditorler, işverenler ve iş dünyasının diğer aktörlerinin yanı sıra devlet ve genel olarak toplum, güvenilir finansal raporlama, finansal kaynakların etkin yönetimi

ve vergi danışmanlığı hizmetleri için büyük ölçüde muhasebe mesleğine güvenmektedir (Akenbor ve Tennyson, 2014). Muhasebe mesleğinde etik ve bağımsızlık el ele gider. Güvenin kritik bir bileşeni, bilgi kullanıcısına fayda sağlayan tarafsız bilgi vermektir.

Günümüz dünyasında muhasebe mesleği ile ilgili kural ve düzenlemelerin yer aldığı kanun ve yönetmeliklerin yayımlanması, uygulanması ve denetlenmesi amacıyla muhasebe meslek yasaları oluşturulmuştur. Ülkemizde de “*işletmelerde faaliyetlerin ve işlemlerin sağlıklı ve güvenilir bir şekilde işleyişini sağlamak, faaliyet sonuçlarını ilgili mevzuat çerçevesinde denetlemeye, değerlendirmeye tabi tutarak gerçek durumu ilgililerin ve resmi mercilerin istifadesine tarafsız bir şekilde sunmak ve yüksek mesleki standartları gerçekleştirmek üzere*”, 1989 yılında 13.6.1989 Tarih 20194 Sayılı Resmi Gazete ile “3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu” yürürlüğe girmiştir. Bu kanun ile “Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik” ve “Yeminli Mali Müşavirlik” meslekleri ve hizmetleri ile Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliğinin kurulmasına, teşkilat, faaliyet ve denetimlerine, organlarının seçimlerine dair esasları düzenlenmektedir (3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu, M:1). Muhasebe mesleğinin konusu ise ilgili kanunun 2. Maddesinde tanımlanmıştır. Buna göre;

“A) Muhasebecilik ve mali müşavirlik mesleğinin konusu:

Gerçek ve tüzelkişilere ait teşebbüs ve işletmelerin;

a) *Genel kabul görmüş muhasebe prensipleri ve ilgili mevzuat hükümleri gereğince, defterlerini tutmak, bilanço, kar-zarar tablosu ve beyannameleri ile diğer belgelerini düzenlemek ve benzeri işleri yapmak.*

b) *Muhasebe sistemlerini kurmak, geliştirmek, işletmecilik, muhasebe, finans, mali mevzuat ve bunların uygulamaları ile ilgili işlerini düzenlemek veya bu konularda müşavirlik yapmak.*

c) *Yukarıdaki bentte yazılı konularda, belgelerine dayanılarak, inceleme, tahlil, denetim yapmak, mali tablo ve beyannamelerle ilgili konularda yazılı görüş vermek, rapor ve benzerlerini düzenlemek, tahkim, bilirkişilik ve benzeri işleri yapmak.”*

Yukarıda sayılan işleri; bir işyerine bağlı olmaksızın yapanlara serbest muhasebeci mali müşavir denir.

B) Yeminli mali müşavirlik mesleğinin konusu:

(A) fıkrasının (b) ve (c) bentlerinde yazılı işleri yapmanın yanında Kanunun 12’nci maddesine göre çıkartılacak yönetmelik çerçevesinde tasdik işlerini yapmaktır.

“Yeminli mali müşavirler muhasebe ile ilgili defter tutamazlar, muhasebe bürosu açamazlar ve muhasebe bürolarına ortak olamazlar.” (3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu, M:1).

Muhasebe mesleğini yapan meslek mensuplarının; mesleki bilgi, mesleki beceriler, mesleki değerler etik ile davranışlar sahip olması gereken temel niteliklerdir (Arslan, 2020). Meslek Mensuplarının Çalışma Usul ve Esasları’nın düzenlendiği yönetmelikte, muhasebe meslek mensuplarının taşımaları gereken genel mesleki standartlar düzenlenmiştir. Bunlar sırasıyla (Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, M; 4-10);

- “Meslek Unvanı ile Yeterlilik İlkesi”,
- “Mesleki Eğitim ve Bilgi”,
- “Dürüstlük, Güvenilirlik ve Tarafsızlık”,
- “Sır Saklama”,
- “Sorumluluk”,
- “Bağımsızlık”.

Bu standartlarında temelinde “etik” boyut bulunmaktadır. Etik, muhasebe meslek mensuplarının kendi yetki alanlarını ve çalışma organlarını yöneten yasa ve yönetmeliklere uymasını gerektirir. Mesleğin itibarını olumsuz yönde etkileyebilecek eylemlerden kaçınmak; meslek mensuplarının, iş ortaklarının ve diğer kullanıcıların beklemesi gereken makul bir taahhüttür (Warth, 2000).

Muhasebe mesleğini icra eden meslek mensuplarının görev veya görevlerini kötüye kullanmaları durumunda da disiplin suçu işlemiş olması sebebiyle disiplin cezaları düzenlenmiştir. Meslek mensuplarının işlemiş oldukları suçların niteliğine göre Türk Ceza Kanunu’nun kamu görevlilerine ait hükümlerine göre cezalandırılırlar (3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu, M:47). Bu disiplin cezaları, muhasebe ve müşavirlik mesleğinin gerektirdiği ağırlık ve onuruna yakışmayan eylem ve hareketlerde bulunanlara, mesleği ile ilgili olan görevlerini yapmayan ya da kusurlu bir şekilde yapan ya da görevinin gerektirdiği güveni zedeleyici davranışlarda bulunan meslek mensupları hakkında vaziyetin niteliğine ve etki derecesine göre verilmektedir. Disiplin cezalarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz;

- **“Uyarma;** meslek mensubuna mesleğinin icrasında daha dikkatli davranması gerektiğinin yazı ile bildirilmesidir.
- **Kınama;** meslek mensubuna görevinde ve davranışında kusurlu sayıldığıının yazı ile bildirilmesidir.
- **Geçici olarak mesleki faaliyetten alıkoyma;** mesleki sıfatı saklı kalmak şartıyla altı aydan az, bir yıldan çok olmamak üzere mesleki faaliyetten alıkoymadır.

- **Yeminli sıfatını kaldırma;** yeminli mali müşavirin yeminli sıfatının kaldırılmasıdır.
- **Meslekten çıkarma;** meslek mensubunun ruhsatnamesinin geri alınarak bir daha bu mesleği icra etmesine izin verilmemesidir.”

Bu disiplin cezalarının uygulanması ise; meslekle ilgili kaidelere, mesleğin ağırlığı ile itibarına ters düşen eylem ve davranışta bulunanlarla, görev ile ilgili olarak güveni zedeleyici davranışta bulunan meslek mensupları hakkında, ilk defa yapıldığında uyarma cezası, yeniden yapıldığında ise kınama cezası uygulanır.

Görevini bağımsız, tarafsız, dürüst bir şekilde yapmayan ya da kusurlu olarak yapan ya da 3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu’nda yer alan mesleğin genel ilkelerine aykırı davranışta bulunan meslek mensuplarına, geçici olarak mesleki faaliyetten alıkoyma cezası uygulanır.

Yeminli mali müşavirlerin tasdik yetkisini gerçeği yansıtmayacak şekilde kullandığı Maliye Bakanlığı tarafından ilk kez tespit edilerek rapor düzenlenen meslek mensubu hakkında geçici olarak mesleki faaliyetten alıkoyma, bu konunun yinelenerek mahkeme kararıyla kesinleşmesi durumunda ise yeminli sıfatını kaldırma cezası verilir. Meslek mensuplarının mükellef ile birlikte kasıtlı olarak vergi ziyanına sebep oldukları mahkeme kararı ile kesinleşmesi durumunda, meslekten çıkarma cezası verilir. Ayrıca meslek mensubu, üç yıllık bir dönemde iki ya da daha fazla disiplin cezasını gerektiren davranışta bulunduğu ise her yeni suçu için bir öncekinden daha ağır ceza uygulanabilir. Beş yıllık sürede iki kez mesleki faaliyetten alıkoyma cezası ile cezalandırıldığı takdirde bu cezayı gerektiren eylemi tekrardan gerçekleştiren meslek mensuplarına meslekten çıkarma cezası uygulanır. Disiplin cezası, meslek mensubunun savunması alınmadan verilemez. Ancak, yetkili olan disiplin kurulunun 10 günden az olmamak üzere verdiği süre içinde savunma yapmayan meslek mensupları, savunma hakkından vazgeçmiş sayılır ayrıca disiplin cezaları kesinleşme tarihi itibarıyla uygulanır (3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu, M:48).

2. Muhasebe Mesleğinde Etik

Özellikle 2000’li yılların başında yaşanan muhasebe ve denetim skandalları ile birlikte işletmelere ait finansal bilgilerin sunumu ve denetimi bakımından güven ortamının bozulması sonucunda güvenilir, tarafsız ve objektif bilginin önemi bir kez daha anlaşılmıştır. Bu bilgilerin hazırlanması sürecinde de muhasebe meslek mensupları önemli rol oynamaktadır. Doğru, tarafsız ve bağımsız bilginin hazırlanarak sunulması noktasında ise muhasebe mesleğinde etik ya da meslek ahlakı da denilebilecek bir olgu önemli hale gelmektedir. Etik kelimesi, Fransızca da “*éthique*” olup sözcük anlamı açısından, “*çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü*

ya da ahlak ile ilgili” şeklinde tanımlanmıştır (TDK). Etik, köken bilgisi bakımından neyin doğru neyin yanlış olduğunu, insan hayatının temel amacının ne olması gerektiğini araştıran, fazilet ve ahlaklı bir hayat için ne gibi öğelere sahip olunması gerektiğini inceleyen, Yunanca’da ise “*ethos*” denilerek gelenek ve görenek anlamına gelen, insan ve toplum yaşamı için oldukça önem arz eden bir kelimedir (Uysal, Türker ve Kurt, 2019: 7). Dolayısıyla etik bir davranış, herhangi bir grubun üyesi olan bir kişinin hem kendisi için hem de ait olduğu grubun diğer üyelerinin faydası bakımından doğruluk, uygunluk ve adaletli olmak gibi birtakım sorumlulukları taşımasını gerektiren bir olgudur (Uysal, Türker ve Kurt, 2019: 8).

Muhasebe mesleğinin ahlaki standartlarının oluşturulması amacıyla, 1917 yılında Amerika’da yer alan Amerika Sertifikalı Kamu Muhasebecileri Enstitüsü (AICPA) tarafından çalışmalar yapılmış ve daha sonra muhasebe meslek etiği ile ilgili ilk düzenleme 1966 yılında “*Muhasebe Mesleğinde Meslek Ahlakı Standartları*” olarak yayınlanmıştır. 1988 yılında gözden geçirilen bu standart “*Mesleki Standartlarda Yeniden Yapılanma Planı*” ismi ile “*Mesleki Davranış Yasası İlkeleri ve Kurallarını*” da kapsayacak şekilde yayınlanmıştır (Uysal, Türker ve Kurt, 2019: 28).

Dünya’da, Amerika Sertifikalı Kamu Muhasebecileri Enstitüsü (AICPA), Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC) gibi kuruluşların yanı sıra ülkemizde de Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB), Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), Kamu Gözetim Kurumu (KGK) ve İç Denetçiler Enstitüsü (TİDE) gibi kuruluşlar meslek mensuplarına etik niteliklerin benimsetilmesi amacıyla yasa, yönetmelik ve zorunlu meslek kararları oluşturmaktadırlar (Arslan, 2020; Bilen ve Yılmaz, 2014).

AICPA tarafından 1988 yılında düzenlenen “*Mesleki Davranış Yasası*”nda aşağıda belirtilen 6 adet prensip ile 11 adet de kural bulunmaktadır.

İLKELER	KURALLAR
- Sorumluluklar - Kamu yararı - Dürüstlük - Tarafsızlık ve bağımsızlık - Mesleki özen gösterme - Hizmetin kapsamı ve niteliği	- Bağımsızlık - Dürüst ve tarafsız olma - Genel standartlar - Standartlara uygun davranma - Muhasebe ilkeleri ve uyum - Sır saklama - Şarta bağlı ücret - Meslek onuru ile bağdaşmayan hareketler - Reklam yasağı - Komisyon ve bilirkişi ücreti - Meslek unvanı ve şirketleşme - Meslek etiğine aykırı davranışlarla ilgili yaptırımlar

Türkiye İç Denetim Enstitüsü'nün (TİDE) iç denetim mesleği ile ilgili düzenlemiş olduğu etik ilkeler ise (Türkiye İç Denetim Enstitüsü Kurumsal Etik İlkeleri ve Davranış Kuralları Rehberi, 2021);

- “Dürüstlük”,
- “Tarafsızlık (Objektiflik)”,
- “Gizlilik”,
- “Yetkinlik”.

TÜRMOB Mesleki Etik İlkeleri (IFAC- IESBA Çerçevesinde) ise (Bezirci, 5. Türkiye Etik Kongresi, 2014);

- “Dürüstlük”,
- “Tarafsızlık,
- “Mesleki yeterlilik ve gerekli özen”,
- “Gizlilik”,
- “Mesleki davranış”.

3. Rekabet ve Muhasebe Mesleğinde Haksız Rekabet

Rekabet, TDK'ye göre yarış, yarışma anlamına gelmektedir (TDK). Rekabet Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da “*Mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilebilmesini sağlayan yarış*” şeklinde tanımlanmıştır (4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, M:3). Haksız rekabet ise, 6102 Sayılı TTK'de “*rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar haksız ve hukuka aykırıdır*” denilerek oldukça açık bir şekilde tanımlanmıştır (6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu, M: 54). Yine aynı kanunun 55. Maddesinde ise dürüstlük kuralına aykırı olan davranışlar ve ticari uygulamalar detaylı bir şekilde açıklanmıştır (6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu, M: 55). Her meslekte olduğu gibi istenen bir durum olmasa da muhasebe ve denetim mesleğini uygulayan meslek mensupları arasında da haksız rekabet fiilleri gerçekleşmektedir. Dolayısıyla bu olumsuz eylem ve durumların önlenmesi amacıyla 21.11.2007 Tarih ve 26707 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliği yayımlanmıştır. Bu yönetmelik ile; TÜRMOB ve muhasebe meslek odalarının kendi içlerinde, yönetim kurullarına bağlı olarak çalışmak üzere *Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu* oluşturulmasına karar verilmiş, bu kurulun görevleri belirlenmiş ve ayrıca muhasebe meslek mensuplarının aralarındaki rekabet ve reklama dair ilkeler düzenlenmiştir (Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliği, 2007). Bu yönetmeliğin yayımlanması ile birlikte haksız rekabet ile ilgili çalışmalara ağırlık verilerek I.si “10 Nisan 2009 tarihinde Mersin’de”, II.si ise “19 Şubat 2010 tarihinde İstanbul’da” düzenlenen *Türkiye Haksız Rekabet*

Kongreleri düzenlenmiştir. Bu kongrelerde özellikle “muhasabe ve denetim mesleğinde haksız rekabetin boyutları, unsurları ve bunlarla ilgili sorunların çözümlerine dair öneriler; haksız rekabetin önüne geçilmesi ve değerlendirilmesi” konuları ele alınmıştır (Türkiye Haksız Rekabet Kongresi, 2010). III.sü “17 Nisan 2011 tarihinde Antakya’da”, IV.sü “7 Aralık 2012 tarihinde Denizli’de”, V.si “4 Nisan 2014 tarihinde Aydın’da”, VI.sı “29 Nisan 2015 tarihinde Konya’da”, VII.si “02 Haziran 2016 tarihinde Ankara’da” ve VIII.si “13 Ocak 2022 tarihinde online” olarak gerçekleştirilmiştir (Türkiye Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu, <https://turmobil.org.tr/FaaliyetRaporlari>).

Muhasabe ve denetim mesleği uygulanırken karşılaşılan haksız rekabet unsurları aşağıdaki gibi belirtilmiştir (Türkiye Haksız Rekabet Kongresi, 2010: 35-43);

- “Meslek mensuplarının rekabet etmek durumunda kaldıklarında birbirleri ile yaşadıkları haksız rekabet”,
- “Meslek mensubu olmayanlar ile yapılan farklı uygulamaların meydana getirdiği haksız rekabet”,
- “Meslek mensubunun ruhsatını kiraya vermesi veya işlettirmesinin meydana getirdiği haksız rekabet”,
- “Yasal düzenlemenin meydana getirdiği haksız rekabet”,
- “Reklam vasıtasıyla yapılan haksız rekabet”,
- “Gelişen ekonomilerde meydana gelen haksız rekabet”,
- “Güçlülerin sebep olduğu haksız rekabet”,
- “Ücret tarifesi ile ilgili meydana gelen haksız rekabet”,
- “Tahsilat sorunu”,
- “Meslek mensuplarının standartlarının meydana getirdiği haksız rekabet”,
- “Meslek eğitimi ile ilgili temel ilkelerden olan mesleki yeterlilik ve özene uymayan, denetim hizmeti veren ya da vermeyen meslek mensuplarının arasındaki haksız rekabet”,
- “Mesleki faaliyetine yeni başlayan meslek mensuplarının giderlerini karşılamanın verdiği baskı sebebiyle meydana getirdikleri haksız rekabet”,
- “Hali hazırda mesleki faaliyetine öteden beri devam eden meslek mensuplarının iş kaygısı sebebiyle dışarıdan gelen ya da gelecek olan saldırılara karşı meydana getirdikleri haksız rekabet”,
- “Meslek standardına dair bir yönetmelik mevcut olmadığı için yapabileceğinin üzerinde iş kabul eden meslek mensuplarının meydana getirdiği haksız rekabet”,
- “Kanun ve yönetmeliklerle ilgili yetersiz bilgi sahibi olan meslek mensuplarının farkında olmadan işledikleri haksız rekabet suçları”,
- “Reklam vasıtasıyla yapılan haksız rekabet”,
- “Meslek mensuplarının kullanmış oldukları kartvizitlerinin arkasında bilirkşi, eksper, kayyum, takip işleri, kredi başvuru, belediye ve kamu kurumları

ile ilgili işlemler ya da şirket kuruluş işlemlerinin hızlı yapılması ile ilgili ibarelerin yer almasının oluşturduğu haksız rekabet”,

- “Meslek mensubunun mesleği ile ilgili tabela standardına uymamasının meydana getirdiği haksız rekabet”,

- “Yeminli mali müşavirlerin bağımsız denetim firmaları ve denetim müşavirliği unvanı altında çalışma yapan işletmelerin meydana getirdiği haksız rekabet (özellikle serbest muhasebeci mali müşavirlerin yeminli mali müşavir olduklarında, bürolarındaki iş kapasitesi belirli bir noktaya ulaşmadan bürolarını devretmemesi)”.

- “Yeminli mali müşavirlik bürosu ile mali müşavirlik bürosunun yan yana işletilmesi de başka bir haksız rekabet unsurudur”,

- “Bağımsız denetim firmaları tarafından anahtar teslim diye tabir edilecek işlerle ilgili (işletmelerle işin alınması esnasında yapılan görüşmelerde müşavirlik ve tam tasdik işlerinin her birini yapabilecek ekiplerinin olduğunu belirterek) yapılan haksız rekabet”,

- “Yatırım teşviki, kapasite raporu, kobi destek kredisi gibi işletmelere çeşitli taahhütler sunarak, mali müşavirlerinin olduğunu bilinmesine rağmen meslek mensubunu kötüleyerek muhasebe işlerinin takibi ile ilgili baskı yapılmasının sebep olduğu haksız rekabet”,

- “Bağımlı olarak çalışan meslek mensupları üzerinden (yapılan etik dışı davranış ise, bağımlı çalışan meslek mensupları sadece bordrolu olarak hizmet verdikleri işletmenin işlerini yapacağı belirtilmesine rağmen örneğin grup şirketlerinde; 10 ya da 5’er gün şeklinde çalıştığı gösterilerek verilmesi gereken beyanname ve bildirimlerin yaptırılması) hizmet verilen işletme tarafından meydana getirilen haksız rekabettir.”

Görülmektedir ki; haksız rekabet sürecinde muhasebe mesleği mensupları da faaliyetleri ile haksız rekabet sürecini destekleyebilmektedirler. Meslek mensuplarının tutumları ile mükelleflerinin rakipleriyle girdikleri yarışta haksız başarı sağlamasına aracı olabilecekleri gibi mükelleflerinin sırlarını rakipler ile işbirliği yaparak mükelleflerinin aleyhine gelişebilecek durumlara aracı olabilmektedirler. Aynı zamanda mesleki özen ve sorumluluk duygusundan uzak bir şekilde faaliyetlerini yürüterek hileli işlemlere yol açarak- işletme içi veya dışı çevrelerin menfaatlerini zedeleyebileceklerdir. Örneğin, yanlış raporlanmış bir finansal ile fon sağlama yarışında yatırımcıların mükellef lehine tercihte bulunmasına neden olabilecektir. Meslek mensuplarının kendi aralarında da özellikle müşteri çekebilme adına yapabilecekleri, haksız rekabet olarak belirlenmiş uygulamalar ortaya çıkabilecektir (Erdemir ve Kazak, 2021).

Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliğinde, muhasebe meslek mensuplarının haksız rekabet yapmama yükümlülüğü 5. Madde ile oldukça açık bir şekilde belirtilmiştir, “Meslek mensupları, mesleki faaliyetleri kapsamında işin kabulü, reddi, yürütülmesi ve sona ermesi ile reklam

yasağı kapsamına giren her türlü faaliyetlerine ilişkin olarak haksız rekabete neden olacak eylem ve davranışlarda bulunamazlar” (Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliği, M:5). Aynı yönetmelik muhasebe mesleğindeki haksız rekabet durumlarını 6, 7 ve 8. Maddelerinde açıklamıştır.

3.1. Haksız Rekabete İlişkin Yapılan Çalışmalar

Ömürbek ve Türkoğlu (2013) çalışmalarında, Isparta ilinin merkezinde faaliyetlerini sürdüren muhasebe meslek mensupları arasında var olan haksız rekabet ve buna sebep olan unsurları tespit etmeyi amaçlamışlar, mevcut sorunun çözülmesi ile ilgili önerileri ve hazırlanan projeleri inceleyerek saha araştırması yapmışlardır. Muhasebe meslek mensupları arasındaki tahsilat probleminin ücret kaynaklı haksız rekabete sebep olduğu, meslek mensuplarına ekonomik ve sosyolojik olarak kayda değer zararlar verdiği, meslek mensuplarının mevcut sorunların belirlenmesi ve çözümüyle ilgili olarak güncel mevzuatları yetersiz gördükleri, haksız rekabet sorununun mesleğin itibarını sarstığı ve hak ettiği saygınlığa kavuşmasının önüne geçtiği sonucuna ulaşmışlardır.

Zeytin (2007) çalışmasında, bağımsız muhasebe meslek mensuplarını, etik dışı davranışları, meslek mensuplarının mükellef ile devlet arasındaki ilişkiler bakımından konumunun öneminden bahsetmiş, Bağımsız meslek mensuplarının etik dışı davranış ve hatalara yönelmelerini İstanbul, Bursa, Eskişehir, Kütahya ve Bilecik illerini örnek alarak araştırmıştır. Çalışmasının sonucunda; bağımsız meslek mensubunu etik dışı davranışlara ve hatalara yönlendiren sebeplerin başında, meslek mensuplarının vergi sistemini adil görmemesi, bağımsız muhasebe meslek mensuplarının etik dışı davranışlar ve hatalara yönelmelerini önleyen unsurun meslek mensuplarının devlete olan bağlılıklarının olduğunu belirtmiştir.

Bilen ve Yılmaz (2014) çalışmalarında, muhasebe mesleğinde etik çalışmaları ile ilgili yapılan düzenlemeleri incelemişler, etik olmayan muhasebe uygulamalarının etkisini değerlendirmişlerdir.

Karabınar ve Çevik (2014) çalışmalarında, muhasebe meslek ahlakı kurallarının hangi etik yaklaşıma göre geliştirilmesini, meslek örgütüne getirilen etik kuralların ahlak felsefesi bakımından maddeler özelinde incelenmesini amaçlamışlar, muhasebe meslek mensuplarının mesleki faaliyetlerini düzenleyen “Muhasebe Meslek Ahlakı kuralları ve bununla ilgili mecburi meslek kararlarının” yoğun olarak deontolojik olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Arslan ve Kılıç (2020) çalışmalarında, Türkiye’de serbest olarak mesleki faaliyetlerine devam eden muhasebe meslek mensuplarının, muhasebe mesleğinde haksız rekabet probleminin çözümüne yardım edeceği düşünülen yöntemlerin problemin çözümünde ne kadar etkili olacağı ile ilgili değerlendirmelerin belirlenmesi ve çözümü ile ilgili önerilerin belirlenmesini amaçlamışlardır. Türkiye’nin 7 bölgesindeki Serbest Muhasebeci ve Serbest

Muhasebeci Mali Müşavir unvanlı 512 meslek mensubu ile anket yöntemi kullanılarak veri toplamışlar, bu araştırmadan; haksız rekabet sorununun çözümüyle ilgili katkı sağlayabileceği düşünülen değerlendirmelerinde; unvan, mesleki tecrübe ve yaşa göre anlamlı farklılıklar bulunmadığı, cinsiyet, eğitim seviyesi ve mesleğin devam ettiği bölge değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar tespit etmişler ve ayrıca muhasebe meslek mensuplarının haksız rekabet probleminin çözümü ile ilgili olarak dokuz farklı kategoride, otuz başlık altında toplanan önerilerinin olduğunu tespit etmişler.

Erdemir ve Kazak (2021) çalışmalarında, muhasebe meslek mensuplarının haksız rekabet kavramına dair bilgi, bu kavramın hukuki sonuçları ve Türk Ticaret Kanunu'nda yer alan haksız rekabet türleri ile ilgili bilgi seviyelerini belirlemek ve bu sorunun çözümüne katkı sağlaması amacıyla, haksız rekabetin mali özelliğe sahip uygulamaları, meslek mensuplarının önerileri ve meslek mensuplarının görüşlerinin ortaya konmasını amaçlamıştır. Muhasebe meslek mensuplarının, müşterilerinin isteklerini uygulamaya hazır iş görenler olarak görüldüğü bir algının yaygın olduğun, bu algıyı ortadan kaldıracak düzenlemelerin yapılmasının mesleğin itibarının artırılması, meslek mensupları arasındaki haksız rekabetin önlenmesi ve meslek mensuplarının sebep olacağı etik dışı davranışların önlenmesi bakımından stratejik öneme sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

3.2. Meslek Mensupları Arasında ve İş Sahipleriyle İlişkilerde Haksız Rekabet

Meslek mensupları, meslektaşları ile mesleki dayanışma mesuliyetinin bilincinde olarak, birbirleri ile ve iş sahipleriyle olan münasebetlerinde haksız rekabete sebebiyet verecek olay ya da davranışlarda bulunamazlar. Haksız rekabet halleri aşağıda belirtilmiştir (Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliği, M:6);

- “Muhasebe ve denetim standartlarına aykırı hareket etmek, mesleki faaliyetlerin yürütülmesinde gereken mesleki özeni göstermemek”,
- “Başka bir meslek mensubu ile sözleşmesi bulunan iş sahiplerini sözleşme yapmak gayesiyle var olan sözleşmelere aykırı davranmaya ya da bu sözleşmeleri feshetmeye yönlendirmek”,
- “İzinsiz bir şekilde mesleki faaliyette bulunmak, yetki belgeleri ve ruhsatları iptal olduğu halde doğrudan ya da dolaylı olarak mesleki faaliyete devam etmek ya da faaliyetleri geçici olarak durdurulmasına rağmen mesleki faaliyetlerine doğrudan devam etmek”,

- “Yetki belge ve ruhsatları iptal olduğu ya da faaliyetleri geçici olarak durdurulmasına rağmen unvanlarında, ilan ve reklamlarında, mesleki faaliyette bulundukları izlenimini yaratacak kelime ya da ibareler kullanmak”,
- “Meslek ruhsatının kiralanması ya da çeşitli çıkarlar elde ederek meslek mensubu olmayan kişilere mesleki faaliyette bulunma olanağı sağlamak”,
- “Mesleği yapmaları yasaklananları çalıştırmak ya da bu kişilerle her ne şekilde olursa olsun doğrudan ya da dolaylı olarak mesleki iş birliği yapmak”,
- “Üçüncü kişileri yanıltacak şekilde gerçek dışı belge düzenlemek ve onaylamak”,
- “Başka bir meslek mensubunun çalışanlarına ve diğer yardımcı kişilere işlerini yerine getirirken yükümlülüklerine aykırı davranmaya yöneltebilecek şekilde doğrudan ya da dolaylı olarak menfaat sağlamak ya da önermek”,
- “Başka bir meslek mensubunun çalışanlarını ve diğer yardımcı kişileri her türlü vasıta ile meslek mensuplarının veya iş sahiplerinin iş sırlarını elde etmeye ya da açıklamaya yöneltmek”,
- “Bağımlı çalışan meslek mensuplarının aynı anda birden çok işletmede mesleki sorumluluk üstlenmek”,
- “Mevzuat hükümlerinin emredici kurallarına aykırı davranmak suretiyle meslek mensupları karşısında haksız olarak avantaj elde etmek”.

3.3. Ücret ve Diğer Mali Nitelikteki Uygulamalar ile Haksız Rekabet

Meslek mensupları, mesleki dayanışma sorumluluğunun bilincinde olarak, ücret ve mali özelliğe sahip uygulamalarda haksız rekabete sebebiyet verecek fiil ile davranışlarda bulunamazlar. Aşağıda belirtilen durumlar özellikle haksız rekabet teşkil eder (Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliği, M:7);

- Asgari ücret tarifesinde belirtilen ücretin altında talepte bulunmak ya da ücret almadan hizmet vermek,
- Ücret tarifesindeki düzenlemeler saklı kalmak şartıyla, yapılacak hizmet ya da iş sonucu sağlanan menfaat üzerinden iş sahibi ile ortaklık pay anlaşmaları yapmak,
- Başka bir meslek mensubuna olan ücret borcunu ödemeyen iş sahibine hizmet sunmak,
- İş sahiplerinden emanet olarak para toplamak, alınan ücrete karşılık olmak üzere gerçeğe aykırı serbest meslek makbuzu ya da fatura düzenlemek,
- Sözleşmede belirtilen değer altında serbest meslek makbuzu ya da fatura düzenlemek ya da hiç düzenlememek; mali sorumluluklarını yerine getirmemek,
- Üçüncü şahıslara ücret veya başka bir fayda sağlamak ya da vaat ederek iş almak,

- İş sahiplerine menfaat elde edilmesi amacıyla vaat etmek ya da menfaat elde etmek ve bu sebeple iş almak,
- İş sahiplerine ait ya da iş sahiplerinden temin edilen bilgileri kullanarak ekonomik menfaat elde etmek,
- Çalışanlara iş mevzuatında belirtilen ücret ile sosyal hakları vermemek ya da maliyetleri azaltmak amacıyla yasal zorunlulukları yerine getirmemek.

3.4. Reklam Yoluyla Haksız Rekabet

Meslek mensupları, mesleki dayanışma sorumluluğunun bilincinde olarak, reklam yoluyla haksız rekabete sebebiyet verecek eylem ya da davranışlarda bulunamazlar. Aşağıda belirtilen durumlar özellikle haksız rekabet teşkil eder. (Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliği, M:8);

- “Meslek mensuplarının dürüstlüğü, güvenilirliği ve tarafsızlığı ile ilgili yanlış ya da asılsız beyanlarda bulunmak”,
- Meslek mensuplarının hizmetleri ile faaliyetlerini yanlış ve yanıltıcı ya da yersiz açıklamalarla kötülemek,
- Meslek mensupları ile ilgili gerçek dışı ihbar ve şikâyetle bulunmak,
- Kendisi, verdiği hizmetleri ve faaliyetleri hakkında gerçek dışı ya da yanıltıcı beyanlarda bulunmak,
- Sahip olmadığı meslek unvanını kullanmak,
- Bu Yönetmelik ile belirlenen reklam ilke ve kurallarına karşı davranmak,
- Mesleki ve akademik unvan haricinde sahip olunan başka unvanları kullanmak”.

3.5. Muhasebe Meslek Mensupları Arasındaki Haksız Rekabeti Oluşturan Diğer Faktörler

Meslek mensupları arasında haksız rekabeti oluşturan diğer faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Ömürbek ve Türkoğlu, 2013);

- “Tahsilat sorunu sebebiyle meydana gelen haksız rekabet,
- Yıl sonlarında tasdik edilecek defter ya da defterler için talep edilen ücret sebebiyle meydana gelen haksız rekabet,
- Meslek mensuplarının mesleki standartlara uymamaktan kaynaklanan haksız rekabet,
- Kamu denetimindeki yetersizlikten kaynaklanan haksız rekabet,
- Meslek mensubu ile müşteri çalışma planının var olmaması sebebiyle oluşan haksız rekabet,
- Yeminli mali müşavirler ile denetim firmalarının sebep olduğu haksız rekabet,

- Mükelleflerin yeterli bilgiye sahip olmaması sebebiyle oluşan haksız rekabet,
- Meslek mensuplarının gereğinden fazla gösterdiği hoşgöründen kaynaklanan haksız rekabet,
- Meslekle ilgili mevzuat kaynaklı haksız rekabet,
- Mali yönetim ile vergi mevzuatı sebebiyle meydana gelen haksız rekabet,
- Meslek örgütleri ile yöneticilerinin sebep olduğu haksız rekabet,
- Bağımlı olarak bir işletmede çalışan meslek mensuplarının sebep olduğu haksız rekabettir”.

Türkiye Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu (2008, TÜRHAİ) tarafından meslek mensuplarına haksız rekabete dair yaptırımları aşağıda belirtildiğı gibidir (Ömürbek ve Türkoğlu, 2013);

- “Büro açma mecburiyeti,
- Ortaklık bürosu ya da şirket kurmak suretiyle mesleki faaliyette bulunabilme,
- Kaşe kullanım usullerinin yer aldığı mecburi meslek kararı,
- Tabela asma mecburiyeti,
- Sözleşme ve ücrete dair esaslardır”.

Hizmet sektöründe mesleki faaliyetlerini gösteren meslek mensupları mesleklerini icra ederken kararlarını bağımsız bir şekilde vererek, rakipleri olan meslek mensuplarının arasında gerek mesleki bilgi gerek ise teknolojideki gelişmeye ayak uydurarak varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Mesleki rekabetin, hizmet verilen müşterilere daha kaliteli iş yapılmasını sağlaması rekabetin olumlu sonuçları olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak meslek mensuplarınca mesleki olarak rekabet edilirken hareket, tavır ve tutumlarını rekabet ile ilgili yönetmelikler ile etik ilkeler göz ardı edilerek yapılması ise *haksız rekabet* olarak karşımıza çıkmaktadır.

Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC) “*Profesyonel Muhasebeciler İçin Ahlak Kuralları*” yayınlanmıştır. Bu kurallar; 7 bölümü *muhasebecilerin tamamı için*, 7 bölümü *mesleğini serbest olarak sürdüren muhasebecilere*, 4 bölümü ise *bağımlı olarak çalışan muhasebecilere* uygulanabilen toplam 18 bölümden oluşmaktadır. Bu kuralları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Bilen ve Yılmaz, 2014);

Bütün muhasebecilere uygulanabilecek ahlak kuralları şunlardır;

- Doğruluk ve tarafsızlık,
- Ahlak çatışmalarının çözömlenmesi,
- Mesleki yeterlilik,
- Gizlilik,
- Vergi uygulaması,

- Sınır ötesi faaliyetler, bölgesel teknik standartların ve ahlak kurallarının önceliği,
- Tanıtım.

Serbest meslek faaliyetinde bulunan muhasebecilere uygulanabilecek ahlak kuralları şunlardır;

- Bağımsızlık,
- Mesleki yeterlilik ve muhasebeci olmayan kişilerden faydalanılmasına dair sorumluluklar,
- Ücretler ve komisyonlar,
- Serbest muhasebecilik mesleği ile bağdaşmayan uygulamalar,
- Diğer serbest meslek faaliyetinde bulunan muhasebe meslek mensupları ile ilişkiler,
- Kamu yararına uygulamalar,
- Reklam ve teşvik.

Bağımlı çalışan muhasebecilere uygulanacak ahlak kuralları ise şunlardır;

- Sadakat çatışması,
- Meslektaşlara destek,
- Mesleki yeterlilik ve bilginin sunuluşu.

Muhasebe mesleğinde genel olarak “*Dürüstlük*”, “*Tarafsızlık*”, “*Mesleki Yeterlilik ve Özen*”, “*Gizlilik*”, “*Mesleki Davranış*” olarak adlandırılan etik ilkeler meslek mensuplarının sahip olması gereken özelliklerdir (Arslan, 2020). Mesleğini icra ederken *etik değerleri* benimseyerek çalışmalarını sürdüren meslek mensubu, her ne kadar mesleki çevre yapısı ile ilgili sorunlar olsa da görevini yaparken yapması gereken tutum ve davranışların bilinci ile hareket ederek, haksız rekabete sebep olabilecek tavır ve davranışlardan uzak duracak etik ilke ve standartlara sahip olacaktır. Meslek mensuplarının etik değerlere sahip olması ve ayrıca vicdani açıdan da gösterilen hassasiyet, muhasebe mesleğindeki haksız rekabet sorununun boyutunu önemli ölçüde etkileyen bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

Haksız rekabetin muhasebe mesleğinde yarattığı ya da yaratacağı olumsuz sonuçlar ile ilgili olarak; meslek mensubu ya da bu mesleği yapmak isteyen meslek mensubu adaylarının mesleğin geleceğine karşı olumsuz düşünceler edinmesi, hali hazırda mesleki faaliyetini devam ettiren meslek mensuplarının faaliyetlerini yaparken taşıdığı kaygı ve endişeleri, mesleğe karşı kamu ya da işletmeler açısından güven duyulmaması sebebiyle itibar kaybetmesi gibi sebepler muhasebe mesleğinin geleceği bakımından tehdit oluşturabilir. Ayrıca finansal raporlama ve vergi hesaplaması gibi kamu hizmeti özelliğine sahip bir

meslek olması da meslekte yapılan ya da yapılacak olan haksız rekabet fiilinin etkilerinin ne kadar geniş çaplı olduğunun da bir göstergesidir (Arslan, 2020).

SONUÇ

Rekabet hem yaşamın hem de ticari hayatın vazgeçilmez unsurlarından birisidir. Ticari hayat açısından ürün ve hizmet çeşitliliğinin artmasının yanı sıra kalitenin de artması bakımından oldukça faydalıdır. Ancak bu olumlu özelliklerinin yanı sıra birtakım olumsuzlukları da beraberinde getirebilmektedir. Literatürde haksız rekabet olarak adlandırılan bu kavram olumsuz birçok tavır, tutum ve davranışı ifade etmektedir. Haksız rekabet olgusu, rakip işletme ya da işletmeler arasında ya da tedarikçi işletmeler ile hizmet verdikleri müşteri ya da alıcılar arasındaki ilişkilere tesir eden, aldatıcı ve iyi niyet kurallarına aykırı eylem, hareket ve davranışlardır. Haksız rekabet fiilinin önlenmesi amacıyla iş etiği ve ahlakı ile ilgili ilke ve kurallar belirlenerek hangi tavır ve davranışların kabul edilebilir olduğu ve ayrıca bunlara uyulmaması durumunda da nasıl yaptırımla karşılaşılacağına dair Türk Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu gibi birçok mevzuatta tanımlanmış, kanun ve kurallar oluşturulmuştur. Haksız rekabetin ekonomik, ticari hayat, kamu düzenini etkileyici ve ayrıca rakip meslektaşlar bakımından oldukça olumsuz etkileri mevcuttur. Diğer mesleklerde olduğu gibi muhasebe mesleğinde de *haksız rekabet* dediğimiz fiil ve davranışlar yapılması hoş görülmesi de bazı meslek mensupları ya da hizmet verdikleri müşterileri tarafından yapılmaktadır. Bunların önlenmesi ya da yapılan haksız rekabet fiillerinin cezalandırılması amacıyla yasa, yönetmelik, tebliğ ve kararlar yayımlanarak, oda yönetim kurulu ve oda disiplin kurulu tarafından gerekli inceleme, disiplin uygulama ve cezaya dair kurallar belirlenmiştir. Meslek mensuplarının mesleği yürütürken dikkat etmeleri gereken etik ilkeler ile ilgili çalışmalar yapılarak, haksız rekabet olgusunun önemi sebebiyle 2009 yılı itibarıyla her yıl “Türkiye Haksız Rekabet Kongresi” adı altında kongreler düzenlenmiştir. TÜRMOB’un yıllık faaliyet raporlarında o yılki haksız rekabet eylem ve eylemleri ile ilgili olarak gerekli raporlar yayımlanmış ve yayımlanmaya da devam etmektedir. Bu muhasebe mesleğinde haksız rekabet davranışlarının ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Etik dışı davranışlar ve haksız rekabete yönelik faaliyetler, meslek mensuplarının mesleğin geleceğine olan inancını, mesleki faaliyetlerini devam ettirirken çalışma motivasyonlarını, meslek mensubu olmak isteyenlerin mesleğe karşı görüşlerini ve kamu tarafından muhasebe meslek ve mensuplarına karşı bakış açılarını olumsuz olarak etkilemektedir. Etik ve haksız rekabet’in önemi ilgili olarak, gerek meslek mensuplarının gerekse hizmet verilen müşterilerinin bilgilendirilmesi ile, meslek mensupları, meslek mensubu adayları ve kamu arasında güven oluşarak, muhasebe mesleği ve meslek mensupları hak ettiği itibar ve konuma kavuşacaktır.

KAYNAKÇA

1. Akenbor, C.O. ve Tennyson, O. (2014). Ethics of accounting profession in Nigeria. *Journal of Business and Economics*, 5(8), 1374-1382
2. Arslan, Ü. ve Kılıç, M. (2020). Muhasebe Mesleğinde Haksız Rekabetin Boyutu: Türkiye’de Muhasebe Meslek Mensuplarına Yönelik Bir Araştırma. *Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. Cilt 15, Sayı 1, Haziran, S, 205-218. (Elektronik Versiyon).
3. Arslan, Ü. (2020). Muhasebe Mesleğinde Haksız Rekabetin Boyutu: Türkiye’de Muhasebe Meslek Mensuplarına Yönelik Bir Araştırma. *Doktora Tezi*. Karabük Üniversitesi
4. Bilen, A. ve Yılmaz, Y. (2014). Muhasebe Mesleğinde Etik ve Etiklerle İlgili Çalışmalar. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Cilt 2, Sayı 6 S, 57-72 (Elektronik Versiyon).
5. Erdemir, N.K., ve Kazak, M. (2021). Muhasebe Meslek Mensuplarının Haksız Rekabet Algıları Üzerine Karaman İlinde Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Sayı 45, S, 363-376
6. Karabınar, S. ve Çevik, Z. (2014). Türkiye’deki Zorunlu Muhasebe Meslek Kurallarının Ahlak Yaklaşımları Açısından İncelenmesi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*. Cilt 16, Sayı 2, S, 29-44.
7. Ömürbek, V. ve Türkoğlu, T. (2013). Muhasebe Meslek Mensupları Arasında Yaşanan Haksız Rekabet Üzerine Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Cilt 16, Sayı 30, Aralık, S, 115-149.
8. Uysal, T.U., Türker, M. ve Kurt, G. (2019). Etik ve Etik Kurallar Muhasebe Meslek Mensupları İçin. Sayıştay Başkanlığı. Ankara.
9. Zeytin, M. (2007). Bağımsız Muhasebe Meslek Mensuplarını Hata ve Etik Dışı Davranışlara Yönlendiren Faktörler. *Yüksek Lisans Tezi*. Dumlupınar Üniversitesi

- 10.6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu,
<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6102.pdf> (21.11.2022).
- 11.Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Resmî Gazete,
<https://www.resmigazete.gov.tr/> (21.11.2022).
- 12.4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun,
<https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Mevzuat/4054-sayili-kanun>
(21.11.2022).
- 13.3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali
Müşavirlik Kanunu,
<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.3568.pdf> (21.11.2022).
- 14.Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin Çalışma
Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik,
[https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=4650&MevzuatTur=7
&MevzuatTertip=5](https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=4650&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5) (21.11.2022).
- 15.Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik
Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliği,
https://turmobil.org.tr/Arsiv/FCKEditor/userfiles/file/Yonetmelik_MMKarari_Yasa_10_4_2018/12-Haksiz%20Rek_%20ve%20Reklam%20Yas_Yont.pdf (21.11.2022).
- 16.Haksız Rekabetle Mücadele Yazılımının Meslek Mensuplarının
Kullanılması Hakkında Mecburi Meslek Kararı,
https://www.turmobil.org.tr/Arsiv/FCKEditor/userfiles/file/MECBURI%20MESLEK%20KARARLARI/8-HAKSIZ_REKABET.pdf (21.11.2022).
- 17.Türkiye İç Denetim Enstitüsü Kurumsal Etik İlkeleri ve Davranış
Kuralları Rehberi, (2021).
https://www.tide.org.tr/file/documents/pdf/TIDE_KURUMSAL_ETIK_KURALLAR_Aralik_2015-BBson.pdf (21.11.2022).
- 18.Türkiye Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu,
<https://www.turmobil.org.tr/FaaliyetRaporlari/421d6015-685c-40cb-9c43-4469c18a4876/turkiye-haksiz-rekabetle-mucadele-kurulu--turhak->
(21.11.2022).
- 19.TÜRMOB Faaliyet Raporları,
<https://www.turmobil.org.tr/FaaliyetRaporlari/6ef16882-11a7-4f2f-b262-d004f1171cb2/2021-faaliyet-raporu> (21.11.2022).

20. Türkiye Haksız Rekabet Kongresi (2010),
<https://www.turmob.org.tr/medyaPortali/Etkinlikler/Detay/4a806d6e-c669-4641-b2aa-6a0968c30537/2--turkiye-haksiz-rekabet-kongresi>
(21.11.2022).
- 21.5. Türkiye Etik Kongresi, (2014). [MUHASEBE ETİĞİNDE TEMEL İLKELER](https://www.turmob.org.tr/GaleriArsiv/Dosyalar/PPT)[https://www.turmob.org.tr > GalerArsiv > Dosyalar PPT](https://www.turmob.org.tr/GaleriArsiv/Dosyalar/PPT)
(21.11.2022).

DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE DÖNÜŞEN KÜLTÜR VE KİMLİK

Doç. Dr. Emel Demir Askeroğlu

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, <https://orcid.org/0000-0003-3953-5734>

1. Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi ve Dijitalleşme

1940'lı yıllarda üretilen bilgisayarlar, yazılım ve donanım alanındaki çalışmaların devam ettirilmesi ile birlikte günümüzdeki kapasitesine ulaşmıştır. Bilgisayarlar, ilk üretildiğinde bir oda büyüklüğünde ve 30 ton ağırlığındayken, günümüzde mobil kullanıma uygun taşınabilir modelleri üretilerek büyük bir aşama katedilmiştir. Uzmanlar bunun mikroelektronik teknolojisindeki gelişmelerin etkisi sonucu gerçekleştirildiğini vurgulamaktadır. Mikroelektronik teknolojisi ise 1960'lı yıllarda üzerinde çalışılmaya başlanmış ve silikon chipler, elektronik devre elemanlarının daha az yer kaplayacak şekilde küçültülmesi sonucu bulunan teknolojik yapılarıdır. Bu sayede küçük cihazlarda büyük veriler saklanabilmektedir. Bu yeni teknoloji sayesinde hafıza birimlerinin veri saklama kapasiteleri artırılmış (Öztürk M. C., 2013, s. 10 ve bilgisayarlar evlerde kullanıma uygun hale getirilmiştir. Günümüz insanın yaşantısında önemli bir yer tutan bilgisayarlar dijitalleşme süreci açısından da önemli bir araç haline gelmektedir. Gerek iş yaşamı gerekse kişisel kullanım için uygun hale gelen bilgisayarlar yardımı ile bilginin işlenmesi ve kullanılması daha kolay hal almıştır. Özellikle internet kullanımının da yaygınlaşması ile birlikte bilgisayarların da işlevi artmıştır.

Hem bilgisayar hem de internet teknolojisinin gelişimi ile beraber yeni kavramlarda literatürde yerini almaya başlamıştır. Bunlardan bazılarını şöyle sıralayabiliriz, dijital dil, çoklu ortam, hipermedya, sanal gerçeklik ve yakınsama bunların başında gelmektedir.

Dijital Dil:

Dijital dil kavramını bilgisayar dili olarak tanımlamak mümkündür. Bu dilin gelişimi ise 19. yüzyıla dayanmaktadır. Matematikçi Gootfried Wilhelm'in 0 ve 1 değerlerinden oluşan aritmetik sistemi keşfetmesiyle dijital dilin temelleri atılmıştır. Dijital dilde her harfin, sembolün bir kodu vardır ve yapılan tüm işler bu dildeki kodlamalar ile gerçekleştirilmektedir. Günümüzde bilgisayarlar ve bunun dışındaki pek çok yeni teknoloji ürünüde dijital dil kullanılmaktadır (Öztürk M. C., 2013, s. 12)

Günlük hayatımızda radyodan televizyona, buzdolabından fırına pek çok üründe dijital dilin yer aldığı bir uygulamayı kullanmaktayız. Radyomuzda çalan parçanın kime ait olduğunu üzerindeki ekranda okuyabilmek gibi özellikler bu teknolojiyle mümkün olmaktadır. Bu ve bunun gibi uygulamalar ve beraberinde getirdiği kolaylıklar, dijital dilin gündelik yaşamımızda kolayca yerleşmesine yol açmıştır.

Sanal Gerçeklik:

Sanal gerçeklik, gerçek dünyaya ilişkin bir durumu veya hayali bir durumu, üç boyutlu bir simülasyon içerisinde, gözlemcinin de bu simülasyon ortamını

özel araçlar yardımıyla kendi varlığını hissederek ve etkileşime girerek algıladığı ortamlardır. İngilizce, “being immersed” olarak ifade edilen, içine girme (içinde olma), genellikle duygusal ve zihinsel bir durumu tarif eder. Gerçek olandan zihinsel olarak sıyrılıp, sanal dünyaya (üç boyutlu grafik dünyaya) girmek işlevini yerine getirmektedir. Sanal gerçeklik ortamında etkileşim ise gerçek ortamda yapılan hareketlerin, bu ortama yansması ve bunun sonucu olarak gözlemciye algısal tepkilerin oluşması sonucu meydana gelmektedir. Bu süreç farklı biçimlerde olabilir; gözlemcinin gerçek ortamdaki hareketi ile (kafa veya vücut hareketi) sanal ortamdaki bakış açısı değişebilir, ortam gözlemcinin yazdığı bilgiye cevap verebilir, gözlemci ortamdaki nesnelerin yerlerini, özelliklerini değiştirebilir veya aynı sanal gerçeklik ortamında birden fazla gözlemci iletişim içinde olabilir. Etkileşim şekli ve ortamı ise gerçekliğin oluşturulma amacına göre değişiklik göstermektedir. Sanal gerçeklik ortamının etkileşim sonucu birey kendini içine girdiği ortamın bir parçası olarak kabul etmekte ve duygusal olarak kişi kendini bu ortamda hissederek sanal ortamın özelliklerinden etkilenmektedir (Kayapa & Tong , 2011, s. 350).

Diğer bir yaklaşım ise sanal kelimesini gerçekte var olmayan kavramları, olguları, mekanları tanımlamak için kullanılan, “sanmak” fiilinden türemiş bir kavram olarak ifade ederek, sanal kavramının gerçeği değil, gerçek sanılanı kapsadığını ifade etmektedir. Sanal gerçeklik uygulamaları kullanıcılarının beden hareketleri, bakışları ile içerisinde yer aldığı üç boyutlu sanal ortamı kendi duyuları, algıları, gereksinimleri, beklentileri doğrultusunda yönlendirmektedir. Sanal gerçeklik ortamında yer alan kullanıcıya gönderilen, görsel ve işitsel uyarılar yüksek görüntü ve ses kalitesine sahip olmakla birlikte, HD (yüksek çözünürlüklü) kalitesinde görüntü ve quadrofonic (4 kanallı ses kaydı ve çıkışı) ses uygulamalarını da içeren teknolojik yenilikler sanal gerçeklik ortamlarında kullanılmaktadır. Sanal gerçeklik ortamındaki ekranda yer alan görüntü ve ses, kullanıcının davranışları dorultusunda değişiklik gösterebilmektedir. Kullanıcı yaptığı her hareket sonrasında ekranda bir dizi yeni görüntüyü yer alacak ve bu görüntü zaman ve mekana çok yakın bir şekilde gösterilerek gerçek algısı oluşturulmaktadır (Öztürk M. C., 2013, s. 14). Sanal gerçeklik uygulamaları ile birlikte birey ve teknoloji arasında etkileşim sağlanabilmekte ve iletişim imkanı sunan uygulamalara olanak sağlamaktadır.

Çoklu Ortam:

İletişimin birden fazla araçla sağlandığı ortamlara çoklu ortam olarak ifade edilmekle birlikte, birçok iletişim aracı içeren sistemlerin bilgisayar ortamında bir araya getirilerek oluşturduğu ortamları çoklu ortam olarak tanımlamak mümkündür (Newby, 2000).

İngilizce “multimedia” olarak kullanılan kavram farklı türlerdeki içerik formlarının bir arada bulunduğu ortamlar olarak ifade edilmektedir. Çoklu ortamın oluşabilmesi için, metin, görüntü, ses ve animasyonlardan en az iki öğenin bir arada kullanılması gerekmektedir. Bu iki öğenin bir arada bir bilgisayar tarafından işlenmesini ve okunmasını içeren çoklu ortam uygulamaları ile gönderilecek ileti, farklı içerik aktarma yöntemlerini planlanmış bir program olarak kullanıcıya iletmektedir. Planlanmış program bir sistem olarak yer almaktadır. Bu sistemde yer alan tüm öğeler birbirini tamamlayacak şekilde bütünleştirilerek kullanılmaktadır. Mühendislik, tıp, fen bilimleri, eğitim, güzel sanatlar gibi pek çok alanda kullanılan çoklu ortam uygulamaları yardımcı bir material niteliği de taşımaktadır.

Hipermedya:

Çoklu ortam uygulamalarının üst düzeydeki etkileşimli boyutunu ifade etmekle birlikte, bu kavram bilgisayar ve görüntü teknolojilerinin birleştirilmesiyle oluşturulan iletişim ortamları anlamına gelmektedir. Metin, durağan ve hareketli görüntü, ses, animasyon gibi uygulamaları barındıran hipermedya, “ortam ötesi bağlantılı ortam” kavramıyla dilimize yerleşmiştir.

Yakınsama:

Bir araya gelme anlamına gelen yakınsamanın iletişim teknolojilerindeki karşılığı ise farklı teknolojilerin bir araya gelerek karma bir teknoloji (hybrid teknoloji) oluşturmaktır. İletişim teknolojilerinde yakınsamayı, tüm teknolojilerde ortak olan dijital dilin ve ortak iletim ağlarının kullanılması ile sağlanabilmek olarak tanımlamak mümkündür. Yukarıda bahsettiğimiz üzere günümüz teknolojilerinde kullanılan dijital dil, yeni iletişim teknolojilerinin tümünde kullanıma uygun olmasından dolayı medya yakınsamasında kullanıma olanak sağlamaktadır. Yakınsama, 2000’li yılların başından itibaren kullanılmaya başlayan ve oldukça geniş bir çerçeveyi kapsayan bir kavramdır. Yakınsama kavramını dijitalleşmenin etkisiyle farklı iletişim ağları aracılığıyla iletilen farklı içeriklerin etkileşimli bir şekilde iletişim kopukluğu yaşanmadan, telekomünikasyon, yayıncılık ve bilişim sektörleri arasındaki sınırların kalkması ile beraber farklı cihazlar ile kullanılması olarak tanımlanabilmektedir.

2. Dijitalleşme Süreci ile Dönüşen Kültür: Dijital Kültür

Bir grup insanın paylaştığı ortak değerler, beklentiler, ifadeler ve insan yapımı eserlerin bütünü olarak tanımladığımız kültür; hem sürekli yapım halinde olduğu için yaratıcı bir süreç hem de ürün veya eserler biçiminde ortaya çıkan bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital kültür ise hem yaratıcı hem de dijital medya aracılığıyla yaratılan bir dizi ürün olarak anlam bulmaktadır. Kavram karışmasına sebep olmaması bakımından kavramı daha ayrıntılı olarak ele almak gerekmektedir. Özellikle teknoloji ve kültür kavramı bir biriyle karıştırılabilen

kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ağ toplumunda dijital kültürün sosyal bağlamı (süreç) ve dijital medyanın özelliklerinin imkan verdiği medya kullanımındaki değişiklikler (sonuç) vurgulanmaktadır. Charlie Gere, dijital kültürün görüldüğü kadar yeni bir kavram olmadığını ve gelişiminin teknolojik gelişmeler ile belirlenmediğini ifade etmektedir. Dijital kültürün teknolojinin şekillendirdiği düşünme ve iş yapma seçeneklerine gönderme yapmaktadır (Dijk, 2016, s. 293).

Dijk, dijital kültürü sadece dijitalleşmenin bir sonucu olarak görmemekte, yani bilgisayar, cep telefonu internet ve diğer dijital medya araçlarını kullanan kişilerin gerçekleştirdiği uygulamaları ifade etmektedir. Buna siber kültür adı da verilmektedir. (Dijk, 2016, s. 294).

Günümüzde internet aracılığı ile interaktif bir toplum yapısı oluşmaktadır. İnternetin yaygın kullanımıyla birlikte; yeni cemaatler, sanal cemaatler oluşmaktadır. Bu durum Howard Rheingold Virtual Communities adlı çalışmasında, insanların ortak değerler ve çıkarlar etrafında online olarak bir araya getiren yeni bir tür cemaatin doğduğunu savunmaktadır. Bu online cemaatlerin, fiziksel bir aradanlığa, arkadaş toplantılarına, sanal cemaatteki üyelerin maddi desteğine dönüşebileceğine de değinmektedir. Burada ortak bir çıkar ya da amaç uğruna örgütlenen, kendi kendini tanımlayan interaktif, elektronik bir iletişim ağından söz edilmektedir. Bu resmi bir girişim olabileceği gibi bir ağa bağlanan bireylere mesajlar ile etkileşim sağlamak yolu ile de gerçekleştirilmektedir. William Mitchell, bu durumu akademik olarak ele alarak, yeni teknolojik ortama uyarlanmış yeni sosyalleşme biçimlerinin, kent hayatının yeni biçimlerinin online olarak oluşturulduğunu ileri sürmektedir (Castells, 2013, s. 475-476). Günümüzde bu cemaatlere sosyal medya kullanıcılarının katılımı görülmektedir. Instagram kullanıcılarının bir tema odaklı ağ oluşturmaları, birbirleriyle belirli konularda (yeme- içme, bebek bakımı, moda, güzellik, alışveriş gb.) fikir alışverişi, hatta fenomenlik boyutunda tüketim liderliği yapıldığı görülmektedir. Yine kurumsal olarak oluşturulan uygulamalar iş yaşamı, ekonomi gibi alanlarda kullanılmaktadır (Linkedin gb). Kadınların bir araya gelip her türlü problemini paylaştığı, fikir alışverişi yaptığı, birbirlerine tavsiyeler bulunduğu ortam olarak kadınlar kulübü gibi forum sayfaları da bu fikre örnek olarak verilebilmektedir.

Dijital kültür, 20. yüzyılda modern yaşamın yarattığı ihtiyaçlara bir cevap olarak çeşitli alanlara yayılmış olan ve kendini yenileyen, kompleks bir yapıdır ve şu alanları içermektedir (Güzel, 2016, s. 85):

- Dijital kültüre erişim için gerekli olan bilgisayar, mobil telefonlar, dijital kameralar, modern televizyonlar gibi teknik ekipmanlar.
- Dijital platformlarda veya dijital olarak yaratılmış kültürel elementler.

- Dijitalleşme (Kültürel elementlerin dijital tasarımı, çevrimiçi içerikler ve kullanıcılar dijitalleşme sürecinde önemli bir rol oynamaktadır).

- Bilgiye ulaşılabilirlik. Dijital kültür oluşturduğu ulaşılabilirlik durumu sayesinde bir bilgi toplumuna dönüşmek için önemli ve yeterli bir değer yaratmaktadır.

Dijital kültür kavramını özellikleri bakımından ele alan Karakulakoğlu ise katılım, iyileştirme, mesafe ve bricolage başlıkları ile dijital kültür kavramını açıklamaktadır. Bu bağlamda dijital kültür bileşenleri (Karakulakoğlu, 2012):

Katılım, seçim anlayışına dayalı demokratik toplumlarda siyasi bir boyutu sahiptir. Daha fazla bilgi sahibi olmaya başlayan vatandaşlar kendi seslerini daha fazla duyurma ihtiyacı duymuşlardır. Böylelikle, gelişen uygulamalarla birlikte karşımıza topluluk blogları, sayfa imleme (bookmarking), etiketleme (tagging) ya da wikiler gibi çeşitli ve katılıma olanak sağlayan araçlar çıkmıştır.

Dijital kültürün bileşeni olarak ‘iyileştirme’ kavramı yeni medyanın her yeni aracıyla eski medyayı yenilemesi hatta eskiyen medyayı yeniden üretmesi durumudur.

İnsanları bir araya getirme bileşeni olarak Deuze ‘mesafe’ kavramına değinir: “İnsanlar dijital medya ile meşgul olmaya başladıklarında ne yaptıkları ya da birbirlerinden ne bekledikleri esas olarak özel ilgi alanlarıyla şekillenmektedir ve ender olarak alternatif, aktivist, radikal duyguların ifadesi olarak tezahür eder. Bu bağlamda ‘mesafe’ sosyal bir eğilim olarak bireyselleşmeye vurgu yapmaktadır. Toplum üyeleri giderek bireyselleşerek, ana akım medya ürünlerini bozarak ve yeniden yapılandırarak eski medyanın yeni medya biçimleriyle iyileştirilmesine hizmet ederler”.

Dijital kültürün bir diğer bileşeni olan ‘bricolage’ Türkçe’de kendi kendine yapılabilen kavramına denk gelmektedir. İnternet ortamında ‘bricolage’ i web 2.0 araçları üzerinden kullanıcıya yeniden ve tekrar içerik yaratma imkanı verilmesiyle ortaya çıkmaktadır. Parçalar istenildiği gibi seçilmekte ve yeniden düzenlenebilmektedir. Son metin kavramı ortadan kalkmakta ve var olanın üzerine her zaman birşeyler eklenebilmektedir. Baudrillard’ın ‘ikinci el gerçeklik’ tanımlamasına bu duruma karşılık gelmektedir.

Dijital kültürün bireylerin yaşantılarına interaktif iletişim imkanı da tanınmasıyla birlikte internet kullanıcıları, kendi özgün fikirlerini bu ortamda sunabilmekte, var olan metinler üzerine kendi eklentilerini yapabilmektedir. Bu durum yalnızca metinler ile sınırlı olmamakta, aynı zamanda görseller için de imkanlar bulunabilmektedir. Kendi videosunu çekip yayınlama, var olan videoları kesip, üzerine eklentiler yapabilmekte, fotoğrafları kolajlayabilmek, üzerinde oynamak ve yeni görseller elde etmek de mümkün olmaktadır. Blog ve

mikroblog aracılığıyla var olan haberleri paylaşabilmekte ve bunlara kendi düşüncelerini ekleme fırsatı da bulabilmektedir.

Dijital kültür, bireylerin yaşam alanlarını hem gönüllü olarak katıldıkları ağlar ile hem de yurttaş olarak kurumsal ihtiyaçların giderildiği alanlarda etkin olmaktadır. İnsanlar dijital kültür ile yaşam biçimlerini düzenlemek durumunda kalmaktadır. Özellikle gündelik iletişim biçimleri, bürokratik işleri yapma biçimleri, iş başvurusu ya da alışveriş ihtiyaçları gibi konularda dijital kültürün yansımalarına rastlanılmaktadır.

3. Dijitalleşme Süreci ile Dönüşen Kimlik

Buckingham, kimliğin muğlak ve kaygan bir terim olduğunu ifade etmektedir. Özellikle son yıllarda kimlik kavramı çok farklı amaçlar ve içeriklerde kullanılmaktadır. Buckingham, kimlikle ilgili temel paradoksun bu kavramın doğasından kaynaklandığını da ifade etmektedir (Karaduman, 2010, s. 2887).

Çok boyutlu ve çeşitli bir kavram olarak kimlik, insanlarda birden fazla özelliği temsilen karşımıza çıkmaktadır. Bireyler, içlerinde bağlılık için savaşıyor, potansiyel olarak çelişik bir dizi kimliği bünyelerinde taşımaktadır. Erkek-kadın, milliyetçi-çevreci gibi bir çok niteliği taşımaktadır. Özetle kimlik, bazı insanlarla nelerinizin ortak olduğuna ve sizi başkalarından neyin farklılaştırdığına ilişkin ait olma sorunu olarak ifade edilebilmektedir. Kimlik içinde çeşitli soruları barındıran bir sorunsaldır. Bu durumda soruların odak noktasında, “bireyin kendisini ne olarak tanımladığı ve konumlandığı ya da kendisini diğerlerinden ayırt eden özelliklerin neler olduğu” şeklinde yorumlanmaktadır. Bu soruların özünde ise ait olma ihtiyacının olmasıdır. Aitlik duygusu, kişinin özsaygısını yükseltebilmek adına önemli bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Kimlik, sosyal ilişkilerin devamlılığını sağlayan, insanların bir arada bulunmasına katkı sağlayan ve bireyleri bir arada tutan bir sosyal bağdır. Kimliğin kişiler arası düzeyi, sosyal kimlik, olarak tanımlanmaktadır. Sosyo- demografik karakterlere (erkeklik gibi), grup ya da kurumsal üyeliklere (futbol takımı tutmak, bir klübe üyelik gibi), sosyal rollere (babalık, annelik gibi), kişiliğin sosyal tiplerine (entelektüellik, liderlik gibi), olaylara bakış açısına göre (iyimser, dikkatli gibi) atıfta bulunan sosyal kimlikler, “ben kimim?” ya da “biz kimiz” sorularının cevabını vermektedir. Kişinin sosyal kimliği, kişiler arası iletişimde kişinin sosyal kategorisini öne çıkararak ve bir sosyal statüye bağlı davranışlar göstererek sunduğu yüzü olarak ifade edilmektedir (Karaduman, 2010, s. 2887). İnsanın kim olduğu, toplumdaki sorumlulukları, hayata bakışı, olayları yorumlayış biçimleri, yaşam içinde sahip olduğu görev ve sorumlulukla, sosyal yaşamda sahip olduğu birikimler gibi tüm özellikler kimlik hakkında bilgi veren bir takım özelliklerdir. Tüm bu özellikler kişilik yapısı hakkında bilgi sahibi olmaya imkan sunmaktadır.

Kimlik, kolektif bir yapıya sahip olmamakla birlikte, bireysel yaşantıda var olan tasavvurları, yaşama katılma biçimlerimizi ve son analizde toplumsal yaşantı içerisinde bireyin konumlanmasını kapsamaktadır. Ancak bireysel bir tasavvurun boyutu, toplumsal alan kapsamında farklı bir şekle dönüşebilmektedir. Bu noktada farklı bir kavrayış ön plana çıkmaktadır. Bu kavrayış ise toplumsal yaşantının içeriğinde var olan otorite boyutudur ki; bu boyutu yalnızca toplumsal aktörler onları içselleştirdiğinde, kendi anlamlarını bu içselleştirme etrafında örgütlediğinde kimlik haline gelmektedir (Castells, 2006, s. 13). Birey otorite ile ilişkisiyle birlikte ele alındığında, onun sahip olduğu değerler toplamı, otoriteye yönelik tutumuyla anlamlı olacak ve bir kimlik edinimi süreci başlamaktadır. Toplumsal alandaki otoritenin şekillendirdiği anlam evreni, bireyi farklı kodlamaları ile olanaklı kılacak ve bu şekilde kimlik ontolojik olarak değil, ancak toplumsal ve tarihsel arka planı ile bir oluşum içerisinde bulunmaktadır. Castells kimliklerin inşası şu şekilde ifade etmektedir; “tarihten, coğrafyadan, biyolojiden, üretken ve üretmeye yönelik kurumlardan, kolektif hafızadan, kişisel fantezilerden, iktidar aygıtlarından ve dinsel vahiylerden malzemeler kullanılmaktadır. Ama bireyler, toplumsal gruplar, toplumlar bütün bu malzemeyi, içinde bulundukları toplumsal yapıya uzam/zaman çerçevesinden kaynaklanan toplumsal koşullara ve kültürel projelere göre işler, bütün bu malzemenin anlamını yeniden düzenler” (Castells, 2006, s. 14). Bu açıklamadan da anlayacağımız üzere kimlik inşa edilirken bireyi meydana getiren tüm yönler etkin rol oynamaktadır. Toplumun yapısını oluşturan temel etkenler arasında yer alan tarihsel süreç, coğrafi yapı, genetic miras, kişisel istek ve arzular, siyasi işlevler, dini inançlar bireyin kimlik yapısına katkı sağlarken, içinde bulunduğu toplum ve etkileşim içerisinde olduğu kişiler de kimlik inşası açısından önem arz etmektedir.

Kimlik psikoloji, felsefe ve sosyoloji açısından farklı biçimlerden ele alınmaktadır. Kimlik kavramı konu gereği sosyolojik olarak ele alınması daha faydalı olmakla beraber psikoloji açısından ne anlama geldiğine değinmek gerekmektedir.

Kimlik öznel bir bütünlük, tutarlılık ve süreklilik göstermektedir. Psikolojide; kimlik, benlik ve kişilik ile birlikte ele alınmakta ve irdelenmektedir. Psikologlar, benliği ve kişiliği kimliğin merkezine koyarak bu bağlamda kimliği çözümlemeye ve tanımlamaya çalışmaktadır. Bu noktadan hareketle kimliği, bireyi, diğer bireylerden ayırt eden tutarlı ve yapılanmış göstergeler olarak tanımlamak mümkündür.

Sosyolojik açıdan kimlik, toplumsal cinsiyet ve sınıf belirlemelerinde kullanılan bir kavram olup, bireyin sosyal durumunu konu almaktadır. Felsefi açıdan kimlik ise, öznenin varoluşunun ontik, epistemik, etik ve estetik gibi

belirlemeleri sonucu oluşmuş olan gerçeklikleri konu edinmektedir (Aşkın, 2007, s. 213).

Sosyal bilimlerde kimlik kelimesinin anlamı farklı biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. Burada genellikle toplumsal ve bireysel ya da kişisel kimlikler arasında bir ayrımın yapıldığı görülmektedir. Kültürel çalışmalar ve sosyoloji konulu ansiklopedilerde kimlik tanımının kısıtlı olduğu görülmektedir. Sözlüklerden birkaçına baktığımızda (Kara, 2014, s. 28-29):

Sage Dictionary of Cultural Studies: kimlik kavramı 1990’larda kültürel çalışmaların merkezi bir kategorisi haline gelmiştir. Duygusal olarak özleştirdiğimiz kişilerin kültürel tanımlamalarıyla alakalıdır ve aynılık ve farklılık, kişisel ve toplumsallık ile ilgilidir. Kültürel çalışmalarda kimlik kültürel bir inşadır çünkü kimlik oluşumunda kullanılan materyaller olan söylemsel kaynaklar kültürel mahiyettedir. Özel olarak yaygın biçimde kültürlenme olarak anlaşılan toplumsal süreçte bizler bireyler olarak kuruluruz ve bu olmadan bizler kişi olamayız. Gerçekte kişi olmanın ne demek olduğu düşüncesinin kendisi kültürle bir sorudur ve dil olmadan kimlik kavramının kendisi bizim için anlaşılabilir olurdu.

The Cambridge Dictionary of Sociology: İnsanların bir kimliğe veya kimliklere sahip olduğu düşüncesi önceki karakter nosyonlarının yerini kimliğin toplumsal olarak inşa ve icat edildiği düşünülmektedir.

Encyclopedia of Social Theory: Kimlik insanların ötekilerle etkileşim kurarlarken ve çeşitli sosyal dünyalarda kendilerini yönlendirirken atfettikleri ve kabul ettikleri isimleri kapsayıcı bir terim olarak düşünülebilir. İnsanların dünyasını meydana getiren insanların insanlarla ya da nesneler ile kurdukları düzeyde ilgili nesnelerin tanımlamalarına bağlı oluşudur. Diğer bir deyişle bir nesneye yönelerek eylemden veya onunla etkileşim kurmadan önce onların zaman ve mekanda konumlandırılmış olmalıdır. Böyle yapmak o nesneye onu belli bir kategorinin üyesi olarak (örneğin bir asker, kadın, erkek, şef, öğrenci vs) sınıflandıran bir isim vermektir.

Sage Dictionary of Sociology: bu terimin bir anlamı çocuğun ebeveynlerinden ve ailesinden ayrılıp, toplumda bir yer edinirken geliştirdiği benlik duygusuna gönderme yapmaktadır. Sosyolojinin kimlik görüşü toplumsallaşmaya ve toplumsal etkileşime verdiği büyük önem bakımından ayrılır. George Herbert Mead’ın ve Charles Horton Cooley’in yapıtları toplumsal bir ürün olarak kimlik anlayışının gelişiminde önemli bir yere sahiptir.

Yukarıda yer alan kimlik kavramının açıklanmasına yönelik açıklamalarda, kimliğin bir çok açıdan ele alındığı görülmektedir. Özellikle kimlik ve benlik kavramının eş değer görüldüğü de dikkat çekmektedir. Kimliğin ele alınış biçiminde farklı bakış açıları da karşımıza çıkmaktadır.

Marcia, kimlik kavramını ele alırken kimlik statüleri kavramını ileri sürmektedir. Bu kavram ile adanmışlık-işsel yatırım ve keşif boyutlarının varlık ya da yokluğuna göre kimlik statüleri açıklamaktadır. Özetle, Marcia için kimlik keşfi belli bir statü ile sonlanmakta ve statüler arasında da geçişler sağlanmaktadır. Marcia dağınık kimlik, ipotekli kimlik, başarılı kimlik ve moratoryum olmak üzere dört kimlik statüsü olduğunu ifade etmektedir. Dağınık kimlik, kargaşalı kimlik de denilmektedir. Burada düşük keşif, düşük bağlanma söz konusu olmakla birlikte kimlik konuları ile ilgilenmeme söz konusu olmaktadır. İpotekli kimlik, erken bağlanmış kimlik olarak da ifade edilmektedir. Düşük keşif, yüksek bağlanma durumu söz sonusudur. Kimlik biçimlenmesinde katılığı ve mevcut yapıya uyma durumu söz konusudur. Moratoryum, kimlik bunalımının söz konusu olduğu türdür. Burada yüksek keşif, düşük bağlanma durumu vardır. Benlik için güçlü bir arayışın olduğunu söylemek mümkündür. Başarılı kimlikte yüksek keşif, yüksek bağlanma durumu mevcuttur. Burada farklı parçaları içeren tutarlı bir kimlik oluşturma durumundan bahsedilmektedir (Atak, 2011, s. 165).

Sosyolojik açıdan kimlik, öznelci ve nesnelci olmak üzere iki yaklaşım bulunmaktadır. Öznelci yaklaşıma göre, kimlik tutarlı ve yaşam boyunca az çok aynı kalan gerçek bir bendir (özdür). Bu yaklaşım özellikle organizmanın içyapısına önem vererek, onun dış çevresini ve değişimini göz ardı etmesi, kimliğin oluşumunda doğru bir yaklaşım olmadığı için eleştirilmektedir. Nesnelci yaklaşıma göre kimlik; organizmanın iç dinamikleri yanında bütün bir dış çevresiyle birlikte karşılıklı etkileşimler ve iletişim sonucu oluşmuş olan bir bütünlük, bir tutarlılık ve süreklilik olarak ifade edilmektedir (Aşkın, 2007, s. 214).

Sembolik etkileşimci olarak anılan Cooley ve Mead, sosyoloji literatürünün bugün kullandığı anlama en yakın 'kimlik' tanımı geliştirilmiştir. Cooley ve Mead, 'kimlik' yerine 'benlik' kavramını kullanırken, Goffman ile birlikte sembolik etkileşimciler 'kimlik'i terimini kullanmaktadır. Goffman kimlik kavramını sosyal kimlik ve kişisel kimlik olarak ele almaktadır. Goffman sosyal kimliği, kişinin açıkça ait olduğu, kuşak, cinsiyet, sınıf gibi büyük sosyal kategoriler olarak tanımlamaktadır. Kişisel kimlik ise, isim, dış görünüm gibi ayırt edici işaretler ve kişinin hayat öyküsünün ve özelliklerinin bilgisinden ibarettir (Zıllıoğlu, 2008, s. 24).

Kimlik kavramını kolektif kimlik ve kişisel kimlik olarak da ele almak mümkündür. Kolektif kimlik, belirli bir insan grubunun kendi hakkındaki bilinci ve duygusuyla ilişkilidir; topluluğun kendine özgü niteliklere sahip olduğu ve biricikliği yönündeki bilinci ve aidiyet duygusudur. Kolektif kimlik, bireyin ait olduğu grupta sürekli ve kalıcı olmasını garanti eder. Kimlik, kendi doğal ve

toplumsal çevresine göre zamanla grubun sınırlarını oluşturur. Bireylerin üyeliğini belirler, gruba katılma koşulları ile üyelerinin, kendilerini tanıma ve tanınma kriterlerini tanımlar. Böylelikle grubun üyesi olarak biz ve grubun üyesi olmayan onlar ortaya çıkar. Böylelikle öteki kavramı da ortaya çıkmaktadır. Kollektif kimlik, sosyal kimliğin topluluk bağlamında ortaya çıkmasıdır. Bu kimlik sınırları belli bir alanda belli bir kültürel topluluk tarafından taşınan kimlik olarak, etnik, dinsel ve ulusal kimlikler bu gruba dahil olmaktadır (Pamuk, 2014, s. 43-44).

Bireysel kimlik ise, farklı bir olay karşısında bireyin yeniden konumlandırılması olarak ifade edilmektedir. Yeniden konumlanmış birey, aynı olay karşısında bile farklı zamanlarda farklı tavırlar sergilenmesine sebep olmaktadır. Bireydeki aidiyet ve bireysellik ihtiyacını gidermesi bakımından önem arz etmektedir. Farklı bağlamlarda aidiyet ihtiyacı hissettiğinde kendine en yakın kollektif kimliğe yakınlaşarak bu ihtiyacını gidermektedir. Kendini değerli gördüğünde ise kollektif kimliğinden uzaklaşmaktadır. Bu durum kimliğin kendi olma durumunu ortaya çıkarmaktadır (Pamuk, 2014, s. 89).

Bireyin yaşam alanında sahip olduğu tüm sorumluluklar ve roller onun kollektif kimliğini oluştururken, bireyin kendini güçlü olarak hissettiği kendini gerçekleştirme noktasına vardığı durumda ise bireysel kimliğin ön plana çıktığını görmekteyiz. Bireyin toplumsallaşma ile elde ettiği bir takım özellikler onun kollektif kimliğinin oluşmasında önemli bir role sahip olmaktadır. Özellikle inanç, etnik kültür, ulusal kimlik gibi sosyal yaşam içinde önemli bir yere sahip olan bu özellikler ile birey toplumsallaşmaktadır ve sosyal yaşam içinde kendine yer edinmektedir. Farklılaşmaktan ve öteki olmaktan kollektif kimlik özellikleri ile sıyrılabilmektedir. Buna karşın birey kendi benlik özelliklerini ise kendini ifade edebilmek amacıyla kullanmaktadır. Kimlik kavramı toplumsal olaylar ile birlikte şekillenmekte olduğundan, toplumda yaşanan gelişmeler bireyin kimlik yapısını da etkilemektedir. Teknolojik gelişmeler de kimlik yapısı üzerinde etkili olmaktadır.

4. Kimliğin Yeniden İnşası: Sanal Kimlik

Castelles, teknolojik devrim ile birlikte özellikle değişen iletişim biçimleri ve interaktif bir ağ içinde bütünleşmenin sağlandığını vurgulamaktadır. İnsanoğlu tarihte ilk defa iletişimin yazılı, sözlü görsel-işitsel biçimlerini aynı sistem içinde bütünleştirerek bir hipertext ve meta dil oluşturmaktadır. Metin, görüntüler ve seslerin, seçilmiş bir zaman diliminde, açık erişimin mali bakımdan sorun olmadığı küresel bir ağ içinde farklı noktalardan etkileşim içinde olarak aynı sistem içinde bütünleşme potansiyeli iletişimin karakterini değiştirmektedir. İletişim kültürü şekillendiren bir etkiye sahiptir, Postman'ın da belirttiği gibi "gerçekliği 'olduğu gibi' değil, dillerimizin olduğu gibi görüyoruz. Dilimizde

medyamızdır. Medyamız, metaforlarımızdır. Metaforlarımız da kültürümüzü içeriğini oluşturmaktadır.” Kültür iletişim ile aktarıldığında iletişimle başlatıldığı için kültürlerin kendileri tarihsel olarak üretilmiş inanç sistemlerimiz ve geleneklerimiz, yeni teknolojik sistemler temelden dönüşmüştür, zaman içinde daha da fazla dönüşme öngörülmektedir (Castells, 2013 , s. 440).

McLuhan, insan eliyle şekillenen teknolojinin zamanla insanları şekillendirdiğini ifade etmektedir. McLuhan’a göre her yeni teknoloji kendisinin içerisinde yozlaştırıcı ve küçük düşürücü olarak algılandığı bir ortam yaratır ve duygusal hayatı yeniden biçimlendirmektedir. Ortaya çıkan her teknolojinin bir insan organının uzantısı olarak varlık gösterdiğini söyleyen McLuhan, teknolojik gelişmeleri insani oluşumların ve toplumsal süreçlerin temeline yerleştirmektedir (Baban, 2012, s. 57). McLuhan teknoloji karşısında her kesin robotlaştığını savunmaktadır. Yeni küresel köyde ‘elektrik süreçler’ in dünyayı merkezileştirdiğini, birleştirdiğini ve hızlandığını belirtmektedir (Baban, 2012, s. 62). Böylelikle insanın ürettiği tüm teknolojik ürünlerin yeniden insanı şekillendirdiği ve kültürel yapıyı biçimlendirerek insanların kimlikleri üzerinde etkin olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Teknolojiye maruz kalan birey teknoloji tarafından yeniden şekillendirilmektedir.

Sanal kimlik olarak ele aldığımız bu konu literatürde sanal benlik ya da dijital benlik olarak da ele alınmaktadır. Dijital benlik bireylerin çevrimiçi kimliklerine gönderme yapmaktadır. Benlik, bir kişinin kendine ilişkin olarak sahip olduğu tüm duygu ve düşüncelerin bir toplamı ise dijital benlik de kişinin kullanıcı olduğu dijital platformlarda oluşturduğu ve şekillendirdiği bilgilere denk gelmektedir. Günümüzde sosyal paylaşım ağları, özellikle gençlikten yetişkinliğe geçiş sürecinde, psikolojik gelişmenin önemli alanlarından biri olarak görülmektedir. Bu nedenle dijital benliği çevirim dışı benliğin çevrimiçi yansıması olarak görmek mümkün olmaktadır (Morva, 2016, s. 41).

Bir sanal öznenin kimliği hakkında fikir veren temel bileşenlerin başında o öznenin sanal kimliği ile oluşturduğu dijital içerik gelmektedir. Epostalar, blog sayfaları, web siteleri gibi örnekler bize kişinin kimliği hakkında yol gösterici olmaktadır. Dijital kültürü oluşturan kişiler toplum içinde yaşayan bireyler ile aynı özellikleri göstermektedir. Ancak dijital ortam kişilere daha rahat hareket edebilme imkanı sunmaktadır. Örneğin kadın kılığına girip sokakta gezmek meşakkatli ve oluru düşük bir fikirken dijital ortamda kişi rahatlıkla kendini gizleyerek, yeni bir kimlik sahibi olabilmektedir. Kimlik değiştirme arzusu uygulama açısından dijital dünyada fırsatlar tanımakta sohbet odalarında kadınlar erkek, erkekler kadın kimliği ile kendilerini ifade etmektedir (Türkoğlu, 2010, s. 301-302).

Günümüzde bilgisayar dolayımı iletişimin tekil çevrimdışı kimlikler etrafından gerçekleşmesi ve metne dayalı iletişimin biçiminin yanında görüntülü ve sesli iletişim teknolojilerinin de kullanılması Goffman'ın benlik sunumunun internet bağlamında ele alınmasını sağlamaktadır. Goffman çalışmasında “yararları doğrultusunda başkalarına bir izlenim aktarmak” istedikleri varsayımından hareket etmektedir (Kara, 2014, s. 50). Goffman benliği roller üzerinden değişken, dinamik ve yaratıcı bir süreç olarak ele alan dramaturjik yaklaşımı, sosyal etkileşim, durumun tanımı konusunda uzlaşmış iki taraf yani aktör ve izleyici arasında performatif ilişkiye dayanmaktadır. Kişi başkalarıyla etkileşime girdiğinde, kendisine dair belirli bir izlenim yaratmak, bir imge oluşturmaktadır. Etkileşimin tarafı olan aktörler, kendi sahnelerini seçip, belirli izleyiciler için belirli sahne ve kostümler kullanabilir; sahne arkasında izleyici için oynayacağı rollere hazırlanabilmektedir. Onun benliği doğuştan gelen bir stabil yapı olmak yerine belirli bir rolün sunumunu içeren dinamik bir süreci kapsamaktadır. (Morva, 2016, s. 53-54). Bireyin farklı ortamlarda farklı kişilerle kurduğu iletişim sürecinde farklı kimliklere bürünerek bir nevi kimlik oyunu içerisine girebilmektedir.

Çevrimiçi gerçekleştirilen iletişimde birey kendini farklı biçimlerde farklı özelliklerde aktarabileceği gibi sanal bir kimliğe bürünerek olmak istediği kimliklere geçiş yapabilmektedir. Sanal kimlik özellikle gelişen internet teknolojisinin etkisiyle gerek görüntü gerek ses gerekse yazılı olarak farklılaşabilmektedir.

KAYNAKÇA

1. Aşkın, M. (2007). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler . Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 10 (2), 213-216.
2. Atak, H. (2011). Kimlik Gelişimi ve Kimlik Biçimlenmesi Kuramsal Bir Değerlendirme . Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar , 3 (1).
3. Baban, E. (2012). Mc Luhan ve Baudrillard'ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu . T. K. Özgen içinde, Sosyal Medya Akademi (1 b.). İstanbul : Beta Yayınları .
4. Castells, M. (2013). Ağ Toplumunun Yükselişi (3.Baskı b.). İstanbul : İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları .
5. Castells, M. (2006). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, II. Cilt, çev: Ebru Kılıç, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. (II.Baskı b.). (E. Kılıç, Çev.) İstanbul : Bilgi Üniversitesi .
6. Dijk, J. V. (2016). Ağ Toplumu (1. Baskı b.). İstanbul : Kafka .
7. Güzel, E. (2016). Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: "Dijital Habitus*. e-Gifder , 4, 82-102.
8. Kara, U. Y. (2014). Kimlik Oyunu Video Oyunları, Yeni Medya ve Kimlik (1. Baskı b.). İstanbul : İletişim Yayınları .
9. Karaduman, S. (2010). Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü. Journal of Yaşar University , 17 (5), 2886-2899.
10. Karakulakoğlu, S. E. (2012). Sosyal Medyanın Karanlık Yüzü . The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication , 2 (4), 32-40.
11. Kayapa, N., & Tong , T. (2011). Sanal Gerçeklik Ortamında Algı. 6Sigma , 3 (348- 354).
12. Morva, O. (2016). Ben, Kendim ve Dijital Benliğim: Dijital İletişim Çağında Benlik Kavramsallaştırması Üzerine. N. Timisi içinde, Dijital Kavramlar, Olaylar, Deneyimler. İstanbul: Kalkedon.
13. Newby, T. J. (2000). Instructional technology for teaching and learning desinging instruction, integrating computers and using media . New Jersey Prentice-Hall Inc , 2.
14. Öztürk, M. C. (2013). Dijital İletişim ve Yeni Medya. T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI NO: 2956 AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 1911 , I.
15. Pamuk, A. (2014). Kimlik ve Tarih Kimliğin İnşasında Tarihin Kullanımı (1. Baskı b.). İstanbul : Yeni İnsan Yayınevi .
16. Türkoğlu, T. (2010). Dijital Kültür . İstanbul: Beyaz Yayınları .

- 17.Zıllıoğlu, M. (2008). Kimliğin Kavramsal Serüveni. H. U. Tanrıöver içinde, Sen Benim Kim Olduğumu Biliyor musun? İstanbul : Hil Yayıncılık .

ALT-KÜLTÜR GRUPLARINDA SAPMAYI VE SUÇU ARAŞTIRMAK

Ercan GEÇGİN

*Doç. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi,
Fen- Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü
ercangcn@gmail.com*

ORCID: <https://orcid.org/https://orcid.org/0000-0001-9896-119X>

Giriş

Genel olarak hâkim kültürden çeşitli biçim ve düzeylerde farklılaşmış toplumsal çerçevelere göndermede bulunan ‘alt-kültür’ kavramı, sosyoloji literatüründe farklı perspektiflerle ve farklı tematikler eksenlerinde ele alınmıştır. Ekolojik-mekânsal bağlamlarda, sosyo-ekonomik eşitsizlikler çerçevesinde, etnik ve milliyet farklılaşmalar düzleminde veya çeşitli şekildeki kültürel değişkenler açısından ele alınan alt-kültürler, sürekliliği korunan sosyal ilişkilerin bağlamsal değişkenliğine göre anlaşılmaktadır.

Alt-kültürler, insanların mekân tuttukları yeni zamanlarda ve ortamlarda meydana çıkarlar ve yeni kimlik kaynakları veyahut yeni farklılık gösterenleri olmaktadır (Jenks, 2007:190). Bu farklılaşma dil, din, kültür gibi değişkenler üzerinden etnik kimlik üzerinden de olabilir, belirli bir toplumsal uzamda kendine has sembolleriyle ve kültürel pratikleriyle tarz yaratan gençlerin yaşam şekilleriyle de olabilir. Alt-kültürleşmeyi toplumsal ekoloji bağlamında kavramak, yani ekolojik ortamdaki etkileşimlere göre biçimlenen ve belirli sembolik repertuvarlarla farklılaşabileceklerini düşünmek isabetli olacaktır. Zira alt-kültür kodları her koşulda olmasa bile genel olarak belirli bir mekandaki sosyal etkileşime göre şekillenmektedir. Mekânı aşan alt-kültür etkileşimleri de vardır kuşkusuz ancak özellikle suç yönelimli alt-kültür gruplarında fiziksel ve toplumsal ekoloji önemli boyutlar olmaktadır.

Diğer gruplardan farklılaşacak şekilde kendilerine has değer ve norm sistemleri inşa eden alt-kültürler, bunu diğer gruplarla temasları ölçüsünde gerçekleştirilebilmektedirler. Toplumsal kimlik gibi aidiyetlik ilişki ve biçimleri çocukluktan itibaren çeşitli boyutlardaki sosyalleşme süreçlerinde öğrenilmekte ve örüntüye dönüşmekte, dolayısıyla sonraki kuşaklara da devredebilmektedirler. Bu çalışmada, alt-kültür kavramı, alt-kültür gruplarına referans verecek şekilde toplumsal sapma ve suç pratikleri çerçevesinde ele alınacaktır. Çalışmanın amacı alt-kültür eksenli suç teorilerinin merkeze aldıkları yaklaşımlar ekseninde gruplandırmak ve Türkiye’de saha araştırmaları temelinde yapılan alt-kültür suç grupları üzerine çalışmalar hakkında genel bir değerlendirme yapmaktır.

Çalışmada öncelikle sapma ve suç bağlamında geliştirilen alt-kültür teorileri ortak noktalar çerçevesinde sınıflandırılacak ve temel noktalar üzerinden betimlenmeye çalışılacak ve sonrasında ise Türkiye’de suçlu alt-kültür örüntüleriyle ilgili bazı örnekler üzerinden bir değerlendirme

yapılacaktır. Söz konusu alt-kültür eksenli sapma ve suç merkezli teorilerin benzer noktaları üzerinde yapacağımız sınıflama şu şekilde olacaktır: 1) reaksiyon odaklı, 2) toplumsal değer odaklı ve 3) toplumsal bağlam odaklı suç eksenli alt-kültür teorileri.

Alt-kültür eksenindeki suç teorilerindeki her bir perspektif, farklı boyutları öne çıkarmakla birlikte birbirlerine yakın durdukları hususlar da bulunmaktadır. Sözgelimi suç pratiği sergileyen alt-kültür bireylerinin bunu kendi değer sistemleri içinde meşrulaştırmaları dikkat çekilen özelliklerdendir. Çalışmada, bu teoriler karşılaştırmalı şekilde ele alınmakla birlikte Türkiye’den de bazı örnekler dile getirilerek bu alanda yapılan araştırmalarla ilgili genel bir değerlendirmeye gidilmek amaçlanmaktadır.

Suç odaklı alt-kültür teorilerini sınıflandırmadan önce bu teorilerin önemli ölçüde Durkheim’in küme duygusuna yaslanan toplulukçu görüşünden beslendiğini belirtelim. Durkheim’in (2006:188) toplumsal bağların tesis edildiği mekanik dayanışma (işbölümü ve farklılaşmanın az olduğu toplum) konusunda işaret etmiş olduğu ortak bilincin canlılığının artışının bireyin üzerinde etkili olduğu fikri bu anlamda dikkate değerdir. Daha orta ölçekli toplumsal gerilim teorisi ortaya koyan ve Durkheim’in “anomi” kavramını kültürel amaçlar ile kurumsallaşmış araçlar/yollar arasındaki kopukluk üzerinden yeniden tanımlayan Merton’ın (1968) yaklaşımı da bir başka önemli teorik referans kaynaklarından olmuştur. Öten yandan ampirik çalışmalara önem veren Chicago Okulu çevresi ile İngiliz Kültürel Çalışmalar Merkezi çevresinin alt-kültür teorilerinin gelişiminde çok önemli muhtevaya sahip olduklarını da not etmemiz gerekir.

Sapma ve suç eksenli geliştirilen alt-kültür teorilerinin referans noktasında Merton’ın yaklaşımının hususi bir tarafı bulunmaktadır. Merton’ın gerilim eksenli yaklaşımında dile getirmiş olduğu uyum mekanizmalarının ciddi bir teorik zemin sunduğunu söyleyebiliriz. Merton (1968: 186-248), kültürel amaçlar ile kurumlaşmış yollar/araçlar arasındaki uyumsuzluktan kaynaklı gerilimi “anomi” olarak tarif etmiş, bireyin içinde bulunduğu toplumsal sistemde veya kültürel yapıda sosyal olarak amaçlanan hedeflere ulaşma konusunda gerekli araçlardan yoksun olma sürecindeki davranışlara odaklanmıştır. Amerika toplumu özgülünde toplumsal ve kültürel dünya, bireyden mesleki başarı ve bu başarıya giden

yolda da iyi bir eğitim sürecinden geçmesini beklemektedir. Ancak başta sınıfsal olmak üzere çeşitli toplumsal eşitsizlikler bu amaçlara ulaşmada her birey için eşit imkânlar sunmamaktadır. Özellikle de alt sınıflar veya alt-kültürler için bu durum daha fazla dezavantaj olmaktadır. Bundan hareketle Merton, bireylerin kültürel amaçlar ile kurumsallaşmış normlar arasında kurulan ilişkiye göre beş çeşit uyum tipinin gözlemlendiğini ortaya koymuştur. Bunlar; uyumluluk, yenilikçilik, şekilcilik, geri çekilme ve isyandır. Uyumluluk, kültürel amaçlara uygun araçlara sahip olmayı ve ona uygun şekilde davranmayı işaret etmektedir. Bu, aynı zamanda ahenkli şekilde düzenlenmiş toplum modelidir de. Yenilikçilikte, kültürel amaçların kabul edildiği ancak bunları gerçekleştirecek uygun araçlardan (yasal yollardan) yoksunluk durumunda bireyin gösterdiği uyum mekanizması hâkimdir. Amaçlar için alternatif yollar tercih edilir ki özellikle alt sınıflarda ve alt-kültür grubu bireylerinde alternatif kurumsallaşmış yollara başvurma eğilimi yüksek olabilmektedir. Alt-kültürdeki sapma ve çeteleşme gibi örüntüler bu ekseninde değerlendirilebilmektedir. Zira alt-sınıftan bireyin sistem içerisinde kendisini daha değerli kılacak, hayatını işlevsel alternatiflerle başarıya götürecek yollara başvurma meşru kabul edildiği kültürel bir çevre de bulunmaktadır. Yenilikçiliğe zıt istikametteki şekilcilikte/ritüelcilikte ise kültürel normların ve amaçların reddi veya ihmali ancak kurumsallaşmış yolların uygulanışı vardır. Geri çekilmede ise amaçlardan ve araçlardan tamamen geriye çekilme ve kendini izole etme davranışları egemendir. Birey, kendini toplumsal sistemin dışında konumlandırmaktadır. Kronik madde bağımlılıkları yaşayanlar bu tipe girebilmektedir. Son olarak isyan tipindeyse, toplumsal sistemdeki amaçlar ve araçlar reddedilmekle birlikte toplumsal düzene bir eleştiri söz konusudur ve düzene uyum göstermek yerine onu değiştirmeye yönelmiş motivasyonlu davranışlar gösterilmektedir.

Alt-kültür konusunda; çocuk, genç ve yetişkin gibi yaş ile suçluluk, sınıfsal durum ile suçluluk, mekânsal farklılaşma ile suçluluk gibi geniş yelpazeye yayılan ilişkiler temelinde analizler geliştirilmiştir. Ana eksen her ne kadar sapma ve suçun alt grup kültüründe öğrenilen ve onun değer sistemiyle anlamlandırılan bir boyutu konusunda hemfikirlik genel olarak baskın olsa da alt-kültür eksenli suç teorilerinin bütünselliğinden söz etmek son derece güçtür. Yapısalcı teorilerden gerilim teorilerine,

sosyal öğrenme eksenli teorilerden etkileşimsel teorilere değin pek çok eksenle çakışmaların ve sentezlemelerin olduğunu söyleyebiliriz. Söz gelimi Merton'ın yapısal eşitsizliklerden kaynaklı kültürel amaçlar ile kurumsallaşmış araçları arasındaki farkın büyüklüğüne göre temellenmiş olan gerilim teorisi, alt-kültür odaklı suç çalışmalarında da referans çerçevelerden biri olmuştur. Ancak Merton'dan önce, örneğin Chicago'da sosyal düzensizlikten kaynaklı gençlikteki çeteleşmeyi ve 'çete kariyeri' kavramını devreye sokarak açıklamada bulunan Thrasher'in (1927) çalışması bu yöndeki erken dönem çalışmalardan biri sayılabilir. Diğer taraftan gerilim merkezli alt-kültür çalışmalarında öne çıkan önemli bir isim diğer Albert K. Cohen olmuştur. Genel olarak suçlu alt-kültür teorileriyle ilgili öne çıkan isimler Frederick Thrasher, Albert Cohen, William Foote Whyte, Richard A. Cloward, Lloyd Ohlin, Walter Miller, Philippe Bourgois, Paul Willis, Elijah Anderson, Marwin Wolfgang, Franco Ferracuti, Barbara D. Warner olduğunu söyleyebiliriz. Bu isimlerin ortaya koyduğu suçlu alt-kültür tezlerini tepkisel/reaksiyoner odaklılık, değer odaklılık, bağlamsal odaklılık şeklinde kategorikleştirip değerlendirebiliriz.

Tepki/Reaksiyon Odaklı Alt-Kültür Teorileri

Bu kategoride, Chicago Okulu içinde yer alan Thrasher'in (1927) çeteler üzerine yapmış olduğu çalışmayı konumlandırabiliriz. Çetelerin bulundukları muhitlere, sosyal çevreye göre birbirlerinden farklılaşabildiğini dile getiren Thrasher, çetelerin kendi alanlarda hakimiyet tesis ettiklerini, çete üyelerini bir arada tutan en önemli tutkallardan birinin ortak düşmanlar olduklarını ifade etmiştir. Dolayısıyla tanımlanan 'öteki' gruplar üzerinden ortak değer sistemleri ve kültür inşa edilmektedir. Onlara duyulan öfke, çeteleri diri tutmakta, onlara gösterilen reaksiyonlar aynı zamanda çete gruplarının aidiyet ve bütünleşme eğilimlerini güçlendirmektedir. Bu noktada 'çete kariyeri' de grubun meşruluk kodlarında önemli bir statü olabilmektedir.

Tepki odaklı kategoride, önemli eksenlerden birini sınıfsal eşitsizliklerden ötürü yaşanan tepki oluşturmaktadır. Bu noktada Albert Cohen'in çalışmaları ve teorik katkısı da önem kazanmaktadır.

Cohen (1955), gençlik çeteleşmesi üzerine yaptığı çalışmada, alt sınıftaki gençlerin üst sınıftaki gençlere göre amaçlara ulaşmada eşitsizliklerden dolayı daha fazla gerilim yaşadıklarını ancak bu gerilimin

ekonomik farklılıktan ziyade sosyal değer, statü gibi kültürel boyutlarda anlam kazandığını savunmuştur. Alt sınıflar, orta ve üst sınıflar arasındaki gerilimin sosyal değer yoksunluğundan, statü eksikliğinden, başka bir deyişle statülerine dair sosyalleşme süreçlerinde yaşadıkları hayal kırıklığından ileri geldiğini ve bu gerilimin üstesinden gelmek için çeşitli mekanizmalar geliştirdiklerini ortaya koymuştur. Okul sisteminde alt sınıfın yaşadığı statülerine ve değerlerine yönelik hayal kırıklığının etkisine dikkati çekmiştir. Zira okul sürecinde alt sınıfın çocuklarının, orta sınıfın değerlerini içselleştirmiş kişilerle rekabetlerinde ve yine orta sınıf değerleriyle yüklü öğretmenlerle etkileşimlerinde gerilimler yaşayabilmektedirler. Alt sınıftaki çocukların başarısızlığına ve devamında orta sınıfa özgü sembolik değerlere yönelik düşmanlığa, ardından çeteleşmeye doğru gidebildiğine işaret eden Cohen, bu süreci ‘reaksiyon oluşumu’ olarak formüle etmiştir.

Cohen'e (1955) göre, alt sınıftaki erkeklerin çoğu orta sınıf statüsünü arzulamakla birlikte buna ulaşma araçlarından yoksundur. Bu yoksunluğu aşma konusunda farklı kolektif stratejiler (Merton'ın uyum biçimleri gibi) geliştirebilmektedirler. Söz gelimi ‘college boy’ şeklinde kategorize ettiği ve eğitim yönelimli diyebileceğimiz alt sınıftaki erkek gençlerin orta sınıfın değerlerini kabullenmek istediği, kültürel amaçlarına uygun şekilde eğitim sürecinde sıkı çalışan ve sapma davranışlarına yeltenmeyenleri işaret etmiştir. Öte yandan, orta ve üst sınıfın statüsüne meşru yollarla değil de sapma ve suç eylemlilikleriyle alternatif bir değer sistemi yaratarak denk gelmek veya erişmek isteyen ‘delinquent boy’un, yani suçlu çocuk odaklı alt-kültürün oluşabildiğini de öne sürmüştür. Çeşitli eşitsizliklerden kaynaklı ortaya çıkan değersizliğe kendi cephesinden alternatif bir değer sistemi yaratmasına işaret eden bu kategori, üzerinde odaklanılan suçlu alt-kültür tipi olmuştur. Cohen üçüncü bir model olarak ortaya koyduğu ‘street-corner boys’ (sokak çocuğu) türünün en yaygın alt-kültür örneği teşkil ettiğini, bu gruptakilerin kendi alt sınıf kültürünü kabullendiğini, başarısızlıklarının ve imkânsızlıklarının bilincinde olduklarını ama buna karşın suç işleme eğiliminde olmadıklarını belirtmiştir. Benzer şekilde Bourgois’in (2003) çalışması da alt-kültür eksenli suç pratiğinin sokak kültürü çerçevesinde nasıl inşa edildiğini işaret eden önemli araştırmalardan biridir. Belirli bir mekanda yaşayan ve etnik ayrımcılığa ve aynı zamanda dezavantajlı ekonomik koşullara sahip

gruplar tepkisellik etrafında düzensiz ve enformel yollara başvurabilmektedirler. Toplumsal cinsiyet rolleri de eşitsiz ortamda tesirini gösterebilmekte, özellikle ataerkil rolleriyle erkekler ve erkeklik ön plana çıkabilmektedir.

Toplumsal Değer Odaklı Suç Alt-Kültürü Teorileri

Suçun sınıfsal tepkiden ziyade kendi değer sistemi içerisinde anlamlı hale dönüştürüldüğünü dile getiren bu kategoride ilk olarak Miller'ı görmekteyiz. Miller (1958), alt sınıfın odaklanmış olduğu birtakım kaygı veya temel değerleri olduğunu, çete gruplarındaki değerlerin de alt sınıfın bu değer sisteminden beslendiğini ileri sürmüştür. Alt sınıfın suç üretebilme kültürüne sahip olduğunu, söz gelimi alt sınıf erkeklerinin çocukların büyütülmesi sürecine çok aktif katılmadığını, erkek çocukların erkekliklerini gösterebildikleri arena olarak çetenin adres gösterildiğini belirtmiştir.

Perspektifleri farklı bağlamlarda olsa da, epistemolojik ve metodolojik açıdan son derece özgün ve mühim iki çalışmadan söz etmemiz yerinde olacaktır. Bunlardan biri 1943'te yayımlanan *Köşebaşı Toplumu* eseri ile bilinen William Foote Whyte, diğeri İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu perspektifi ile işçi sınıfı çocuklarını *İşçiliği Öğrenmek* eserinde inceleyen Paul Willis'tır. İkisi de alt-kültür olarak değerlendirebileceğimiz gruplarla ilgili etnografik ve derinlikli bir betimleme ortaya koymuştur. Whyte (2017), 1940'lı yıllarda, yasa dışı işlerin yaygın olduğu ve İtalyanların yaşadığı ve 'köşebaşı çocukları' veya 'köşebaşı çeteleri' olarak da bilinen Cornerwille'deki (ABD/Boston) grupları incelemiştir. Köşebaşı çetelerin oluşumunu etnografik araştırmayla ortaya koyan Whyte, çete gruplarındaki liderliklerin oluşumundan tutalım da grup kimliğinin nasıl inşa edildiğine ve diğer gruplarla çatışma biçimlerine kadar pek çok boyutu toplumsal yapı bağlamı içinde ele alıp çözümlemiştir. Çetelerin grup aidiyetinin, kimliğinin ve bunu pekiştiren davranış ve alışkanlıkların aileden bile daha baskın olduğunu, sokaktaki sosyal yapılaşmanın belirli toplumsal çerçeveler içinde ilerlediğini öne sürmüştür.

Willis'in (2016) çalışması ise, doğrudan sapma ve suç eksenli açıklamaya yönelik olmaktan ziyade sınıf kültürünün nasıl yaratıldığına odaklanmıştır. Araştırmasını 1970'lerde, Britanya'da işçi sınıfı çocuklarının gittiği erkek lisesinde etnografik şekilde gerçekleştirmiş ve 'hergele' olarak bilinen bu gençlerin okul karşıtı kültürel formun işçi

kültürü ile nasıl süreklilik kazandığını ortaya koymaya çalışmıştır. Okulda öğretmen ve tüm kurumsal formlara, iş yaşamında ise patrona temsil edilen otorite biçimlerine karşıtlığın etnografisini çıkartmış ve bu karşıtlığın emek gücünün yeniden üretilmesindeki rolüne ışık tutmaya çalışmıştır. Onun çalışması, alt-kültür gruplarının otoriteye karşı geliştirmiş oldukları kültürel formları, sataşma, alay gibi mizahi taktiksel pratiklerin anlaşılmasında ve alt-kültür gruplarının değer sistemlerinin (ethos) açıklanmasında veyahut sapma davranışın nasıl kültürel örüntüye dönüşebileceğini açıklama noktasında birtakım ipuçları taşıması hasebiyle dikkate değerdir.

Alt-kültürlerin belirli bir mekânda pekiştirilen bir kültürle, daha doğrusu kendine göre bir değer sistemiyle suçun yeniden üretildiğini öne süren Wolfgang ve Ferracuti'nin (1967) yaklaşımı bu kategoride öne çıkanlar arasındadır. Sınıfsal durumun, etnik ve diğer kültürel unsurların yer aldığı geniş bir kompozisyonda suçlu davranışı açıklamak gerektiğini belirtmişlerdir. Zira alt-kültür grupları kendilerine has bir kültür, bir aidiyet biçimi ve kimlik örüntüsü inşa edebilmektedirler. Bireylerin içinde yaşadıkları mekânlardaki toplumsal sistemlerin içinde değerler sistemleri yer almakta ve suçlu davranışların motivasyonunda bu durum etkili olabilmektedir. Kent etnografisine dayalı çalışmasıyla suçlu alt-kültür gruplarının yaşadığı sokakların kültürel kodlarını keşfetmeye çalışan Anderson'ın (1999) araştırması da birden fazla değişkenin çakıştığı veya kesiştiği bir kompozisyondan bahsetmiştir. Etnisite, sınıf, yoksulluk, mekânsal ve diğer toplumsal eşitsizlikler alt-kültür grubunun suç pratiklerini kültürel bir koda, yani yaşam tarzının bir parçasına dönüştürebilmektedir. Sınıfsal ve etnik ayrımcılıklar diğer gruplarla veya toplumun geneli ile sınırların inşa edilmesine ve kendi içinde grupların bütünleşmesinde kritik roller oynayabilmektedir.

Bu kategorideki alt-kültürlerin kendilerine göre kültürel sermaye birikimleri de söz konusu olabilmektedir. Kaynaklara erişim açısından alt-kültür grupları arasında, hatta alt-kültürlerin kendi içinde alt-alt-kültürleri arasında rekabet ve mücadeleler söz konusu olabilmektedir. Kulüp kültürü üzerinde duran ve Bourdieu'nün "kültürel sermaye" kavramını (okullarda öğretilmeyen ve egemen sınıfların kültürel yeniden üretim süreçlerine güvence veren miraslar bütünü) daha özel bir ortama uyarlayan Thornton (1995), "alt-kültürel sermaye"den (subcultural capital) söz eder. Thornton

(1995), alt-kültürel sermaye kavramını kulüp bölgeleriyle sınırlı bir uzamda ele almış, medyanın dolaşımdaki belirleyici rolüne işaret ederek iletişim araçları vasıtasıyla gençlerin imaj ve moda pratiklerini sadece sembolik bir farklılaşmayı değil, aynı zamanda kültürel ilgi ve bilginin, beğeni inceliğinin dağıtımında rol oynayan ağ olarak görmüştür. Alt-kültürel sermaye ekonomisi kapsamındaki habitusun Bourdieu'nün üzerinde durduğu "habitus" kavramının sınıfsal konumlanışla bağlantılı karakteristik özelliğine nazaran daha göreceli ve geçici bir muhtevaya sahip olduğu söylenebilir. Thornton'ın "alt-kültür sermayesi"ni ödünç alarak suçlu alt-kültür gruplarının kendine özgü alanlarını anlamak için devreye sokmak pekâlâ mümkün olabilir. Buna göre, bazı suçlu alt-kültür grupları kendilerine göre değer sistemleri inşa ederken aslında kendi alt-kültür sermayelerini, yani davranış modellerini, beğeni biçimlerini, suçlu pratiklerini de belirli kalıplarda yeniden üretebilmektedirler. Dolayısıyla kendi hususiyetleri olabilmektedir. Kendilerini diğer gruplardan ayırt edici bir takım prensiplerle ifade edebilmektedirler.

Toplumsal Bağlama Dayalı Değişken Suç Alt-Kültür Teorileri

Bu kategoride çeşitli bağlamlara göre farklı alt-kültür biçimlerinin ortaya çıkabileceği görüşünün savunulduğunu ifade edebiliriz. Genel olarak formel ve enformel fırsatlara erişim açısından bir uyumsuzluğa vurgunun olduğu söylenebilir. Merton'ın gerilim teorisine biraz daha yaklaşmakla birlikte Chicago Okulu'nun ekolojik yönelimden ve suçluluk kariyerinden (çete kariyeri) de istifade ederek daha eklektik bir tarzda alt-kültür suçluluğuna katkıda bulunan *ayırıcı fırsatlar teorisi* bu kapsamda değerlendirilebilir. Richard Cloward ve Lyoyd Ohlin (1960) tarafından geliştirilen bu teori, toplumsal ve mekânsal farklılaşmalardaki alt-kültür gruplarının kültürel amaçlara ulaşma konusunda sadece meşru araçlar noktasında değil, gayri meşru araçlara veya kaynaklara erişimde de eşitsizliklerin olduğunu öne sürmektedir. Gayrimeşru araçlara ve bu araçları kullanabilme imkânları açısından yaşanan eşitsizlikler grup kültüründe daha fazla bütünlüşmeyi beraberinde getirebilmektedir.

Alt-kültür gruplarının yaşamış olduğu eşitsiz durumlar onları bir tepkiye sürükleyebilmektedir. Bu ilk kategorideki teorileri akla getirmektedir ancak buradaki suçluluk olgusu başka alternatif statü arayışlarında farklı faktörlerin veyahut bağlamların etkisini hesaba katmayı gerektirebilmektedir. Gerek meşru, gerekse gayrimeşru araçların

ve kaynakların veya fırsatların kullanımının yaşanan toplumsal ekolojideki eşitsiz dağılımı, geniş ölçekli bir bağlamı dikkate alarak daha sağlıklı analizler yapmayı olanaklı kılabilir. Örneğin alt-kültür mahallelerinde yaşayan bireylerin başarısızlık, itibar kaybı veya damgalanma durumları farklı ama belirli tarzda suçluluk örüntülerine yönelimi beraberinde getirebilir. Yapısal açıdan engellenen fırsatlara erişim kanallarına alternatif yol ve yöntemler geliştirilebilir. Çeteleşmede bu faktörler büyük rol oynayabilir. Bireyler böylelikle kendi gruplarının halesi içinde itibar sistemleri inşa edebilirler. Keza kendilerini değerli görebilirler ve bu eksenle suçlu kariyerleri geliştirebilirler. Dolayısıyla toplumsal bağlamdan kaynaklı eşitsizlikler davranışların gerekçelerine, en azından kendince anlamlandırılmasına referans olabilir. Sadece mikro evrendeki eşitsizlikler değil makro düzeydeki eşitsizliklerin yanı sıra yine makro düzeydeki meşru ve gayri meşru kanallara erişimdeki eşitsizlikler de suçlu davranışın anlamlandırılmasında devreye sokulabilir.

Türkiye’de Alt-Kültür Eksenli Suç Araştırmalarına Kısa Bir Bakış

Pek çok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de suç pratikleriyle ün salmış çeşitli alt-kültür grupları bulunmaktadır. Özellikle büyük şehirlerin ‘varoş’ olarak tabir edilen alanlarında bunları görmek pekala mümkündür. Örneğin Ankara’da ‘Çinçin’ adı verilen muhitte yaşayanlar, Adana’da Yüreğir ilçesinde ‘Conolar’, İstanbul’un pek çok ‘varoş’ semtindeki farklı alt-kültür grupları bunlara örnek verilebilir. Hatta İstanbul özelinde son dönemlerde popülerleşmiş dizilerden olan ‘Çukur’ da böyle bir dünyayı bize sunmaktadır. Keza ‘Sıfır Bir’ dizisi de Adana’daki suçlu alt-kültürün sembolik bir temsilini bize vermektedir.

Türkiye’de alt-kültür eksenli çalışmalara yönelik eğilimin son yıllarda artış gösterdiğini söyleyebiliriz. Yaşam tarzı açısından farklılaşmaları, sınıf ve etnik kimlik gibi kategorileri veya dışlanma, damgalanma gibi olgular ile örgütsel veya kurumsal kültür gibi değişkenleri merkeze alan çalışmaların yaygınlık kazandığını ifade edebiliriz. Suçlu alt-kültürü merkezli çalışmalarda da bir artış gözlenmekle birlikte henüz yeterli düzeyde yaygınlığa sahip olmadığını belirtelim. Özellikle saha araştırmasına dayalı, yani birinci elden verilere yönelik suç eksenli alt-

kültür çalışmalarında- yaygın suç pratikleri dikkate alındığında- çok güçlü bir literatür birikiminin oluştuğunu söylemek güçtür. Bunu gerek yüksek lisans ve doktora tez çalışmalarına gerekse bilimsel makale ve kitap bölümlerindeki yayınlara bakarak değerlendirebiliriz.

Sosyal bilimler alanında Yükseköğretim Kurulu'nun (YÖK) Ulusal Tez Merkezi'nin sitesine (<https://tez.yok.gov.tr>) bakıldığında alt-kültürü doğrudan veya dolaylı olarak çerçevesine oturtan çalışmaların sayısı 170'e yakındır. Yaşam tarzları, işçi sınıfı kültürü, kurum kültürü, etnik kimlik gibi tematik çerçevelerle başlığa alınan alt-kültür çalışmalarının çok azında doğrudan sapma ve suç eksenli araştırmalar bulunmaktadır. Genel olarak çalışmalara bakıldığında, belli bir mekandaki toplumsal kümeler (alt-kültür) yönelik saha araştırmalarında yeni kavramsallaştırmalardan ve kuramsallaştırmalardan ziyade teorilerin uygulanışının hakim olduğunu görmekteyiz. daha uzun süreli ve yakın plandan bakan etnografik suç araştırmaları kategorisine doğrudan dahil edebileceğimiz alt-kültür eksenli çalışmalar bulunmamaktadır. Diğer nitel desenlere göre yapılan çalışmalarda genel olarak betimsel tipte araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Ağırlıklı olarak nicel araştırmalar göze çarpmakla birlikte bu çalışmaların da betimsel bir perspektife sahiptir. Bazılarına yakından bakmakta yarar bulunmaktadır.

Mersin'in Siteler, Gündoğan ve Şevket Sümer Mahalleleri örneğinde, gecekondu alanlarının varoşlaşma sürecine alt-kültürdeki uyuşturucu kullanımının etkisini araştıran Tanaydın'ın (2017) yüksek lisans tezi çalışması nicel araştırma yöntemine dayalı şekilde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada enformelleşme, yoksulluk, işsizlik, damgalanma, dışlanma gibi iç ve dış etkenlere dikkat çekilmiş, uyuşturucu alt-kültürünün varoşlaşmadaki etkisine değinilmiş ve bunun yaygın ve giderek normalleşen bir olgu olduğu ortaya konulmuştur.

Yıldırım'ın (2015) Karaman il merkezi örneğinde, etnik bir grup olarak Çingeneleri alt-kültür çerçevesinde oluşturdukları normların sosyalleşme yoluyla nasıl sonraki kuşaklara aktarıldığını ve suçla bağlantısını araştıran çalışması da bu konudaki başka bir yüksek lisans tezi olmuştur. Betimsel nitel araştırma yöntemine göre saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, küçük yaşta evliliğin, aile içi ilişkilerin başarısızlığın, aile bütünlüğünün bozulmasının, dışlanmadan dolayı eğitim hayatında başarı gösterememenin suç olgusuyla yakın teması dile getirilmiştir. Sosyalleşme

süreçlerinde suç olgusunun uygulamalı şekilde bireylere aktarıldığı, akran etkisinin erken başladığı, toplumsal kurumların ve olguların suçlu bireylerin oluşumunda etkili olduğu, keza Çingene bireylerinin dezavantajlı durumları ile onlara yönelik ön yargılı tutumlardan dolayı suça meyilli oldukları tespit edilmiştir. Öte yandan suç işlemekte direnç gösteren Çingenelerin ise grup dışı evlilik yaptıkları, Çingene mahallesi dışında sosyalleşme imkânı buldukları, eğitim süreçlerine dâhil oldukları ve düzenli işlerde çalıştıkları da belirlenmiştir. Dolayısıyla yaşanan muhitteki etkileşimlerin kültürü suçlu alt-kültürün norm ve değerlerinin pekiştirilmesinde etkili olabilmektedir.

Nitel araştırma yöntemine dayalı saha çalışmalarına kıyasla nicel araştırmalara veya ikincil verilere dayalı suçlu alt-kültür grupları kapsamında veya ona yakın çerçevede hazırlanmış bazı tezler de mevcuttur (bkz. Bozkurt, 2019; Duman, 2018; Hanbay, 2019; Kara, 2014). Tezler dışında makale ve kitap bölümleri yayınlarında da suçlu alt-kültürü kapsamında bazı çalışmalara rastlanmaktadır.

Her bir alt-kültür teorisi ekseninde Türkiye'deki suç alt-kültürleri irdelenebileceği gibi, daha eklettik bir yaklaşımla da alt-kültürlerin suç üretme kapasitelerine bakılabilmektedir. Örneğin Conolar özelinde, hem etnik grup kategorisi hem de ekolojik ve sınıfsal farklılaşma açısından uygun alt-kültür incelemesi olabilmektedir. Conolar, kamuoyunda da gündeme geldikleri üzere, kavgalarıyla, hırsızlık gibi suç pratikleriyle ünlü bir alt-kültür biçimidir. Sadece Adana bölgesinde değil, İstanbul gibi metropollerde de Conolara ve Cono gibi alt-kültür örneklerine rastlamak mümkündür. Conoların sınıfsal bir tepki alt-kültürü şeklinde düşünmekten ziyade bir yaşam tarzı, yani değerler merkezli bir eksenle kavramak daha doğru olacaktır. Zira suç pratiklerini her ne kadar önemli ekonomik kaynak şeklinde görseler de bunu kültürel davranış modu haline dönüştürmekte oldukları söylenebilir. Conolar üzerine nitel araştırmaya uygun şekilde araştırma yapan ve kitap bölümü olarak yayınlayan Uy (2019) çalışmasında, Adana'daki bazı Conoların suç pratiklerini neredeyse bir yaşam tarzı veya mesleğe dönüştürdüklerini, hırsızlık, yankesicilik, uyuşturucu madde kullanımı gibi suçlu davranışlarını küçüklükten öğrendiklerini ortaya koymuştur. Çoğunlukla eğitimsiz ve düzen bir işte çalışmaktan uzak olan bireyler arasında sokakta dilenen kadınlar da bulunmaktadır. Keza içlerinde yolu cezaevine düşenler de

vardır. Yaşam pratikleri, giyim kuşam tarzları, iletişim ve etkileşim biçimleri de diğer gruplara kıyasla daha kendine özgüdür. Dolayısıyla suç pratikleri bir kültürel hale içerisinde anlamlandırılmaktadır. Kendilerine has bütünsel bir kültürel değer sistemi inşa etmelerinden dolayı “*toplumsal değer odaklı suç alt-kültürü*” olarak yapmış olduğumuz şematığe daha uygun düşüklerini söyleyebiliriz.

Güler ve Parlıyan’ın (2020) Edirne örneğinde ve nicel araştırma yöntemiyle ele aldıkları Romanlarla ilgili çalışma da Tanaydın’ın (2017) çalışmasına benzer mahiyette sayılabilir. Sınıf altı ve düşük eğitim düzeylerine sahip nitelikleriyle, kentsel bağlamda ötekileştirilen ve mekânsal damgalanmaya maruz kalan Romanların suç olgusuyla ilişkisini konu edinen araştırmada, ekonomik yapıdaki değişimlerin meydana getirdiği yoksulluğun suçu yaratmadaki rolüne dikkat çekilmiş ve bu gruplara yönelik sosyal politikaların geliştirilmesi gerektiğine değinilmiştir.

İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya gibi büyük kentlerde suç olgusuna dair araştırmalar olmakla birlikte mekânsal açıdan suçlu alt - kültür çalışmalarına yönelik derinlikli kent etnografilerinin gerçekleştirildiğini söylemek son derece güçtür. Çocuk suçluluğu, suç korkusu, cezaevlerindeki suçluluk gibi temalarda çalışmalar yoğunlaşmakta ancak belirli bir mekândaki toplulukların suç pratiğine yönelik saha çalışmalarına ilgi ise son derece zayıf kalmaktadır. Bunun gerekçeleri çok yönlü olmakla birlikte başka bir çalışmanın konusudur. Ancak bu alandaki literatürün gelişmesi ve aynı zamanda suçun mekansal üretimini yakından anlamak ve buna yönelik politikalar geliştirmek açısından mekandaki toplumsal ilişkileri yakın planda ele alan daha fazla araştırmaların yapılması gerekmektedir.

Sonuç

Diğer suç teorilerinde olduğu gibi alt-kültür eksenli suç teorilerinde de saha araştırmaları önemli yere sahiptir ve teorinin inşasında saha çalışmaları kritik değerdedir. Bazı teoriler alt-kültürlerin tepkiselliğini merkeze alırken bazıları kendilerine has kültür biçimlerini, bazıları da toplumsal bağların etkisini daha fazla dikkate almaktadırlar. Ancak bu kategorilerin görelî olduğunu, birbirlerini tamamen dışlamadıklarını da belirtelim. Söz gelimi kendine özgü değerler geliştirmek tepkisel olan

gruplarda da söz konusu olabilir ancak bu durum baskın olma niteliği kadar olmayabilir.

Alt-kültür eksenli teorilerin hepsine baktığımızda suç pratiklerinin sosyal öğrenme yoluyla kazanıldığını, statü ve saygınlık elde etme gayelerle yine aynı sosyal muhitte anlamlandırıldığını söyleyebiliriz. Özellikle çocukluk evresinde bireyler kendi sosyal çevrelerinde itibarın suç pratikleriyle elde edildiği pratikleri ve bu pratikleri gerçekleştiren kişilerin rol model alınması ve taklit edilmesiyle bir kültüre dönüşebildiğini görmekteyiz. Toplumun geneli tarafından sapma olarak görülen bir davranış alt-kültür grubu için kıymetlendirilmiş ve itibarlı bir davranış olarak kodlanmış olabilir.

Türkiye’de suç pratikleri ile ün kazanmış alt-kültür gruplarında ekolojik, sınıfsal, etnik ve kültürel farklılaşmalar göze çarpmaktadır. Geniş kapsamlı bir değerlendirme yapmamız güç olsa da her birini kendi bağlamı içinde değerlendirmek isabetli olacaktır. Bu noktada alt-kültür teorileri pratik işlevleri açısından işe koşulabilir ve teoriler geliştirilebilir ve hatta yeni kavsamsallaştırmalar mümkün hale getirilebilir.

Her suçlu alt-kültür grubunun kendi içinde bir mantığı veya rasyonalitesi olabilir. Gerçekleştirilen suç pratiklerini nasıl anlamlandırdıkları ve nasıl meşrulaştırdıkları ise daha fazla ampirik çalışmalarla ortaya konulabilir. Türkiye’de bu konularda çok fazla yol kat edildiğini söylemek son derece güçtür. Alt-kültür gruplarının gerek morfolojisi ve gerekse pratiklerinin mukayeseli şekilde ele alınması ve analiz edilmesi ancak daha fazla saha araştırmalarıyla mümkün olabilecektir. Özellikle kent etnografisi çerçevesinde gerçekleştirilecek araştırmalar sayesinde alt-kültür gruplarını daha yakından anlama ve açıklama imkanı elde edilebilecektir.

KAYNAKÇA

1. Anderson, E. (1999). *Code of The Street: Decency, Violence, and the Moral Life of the Inner City*. New York: Norton.
2. Bourgois, P. (2003). *In Search of Respect: Selling Crack in El Barrio*. Cambridge: Cambridge University Press.
3. Bozkurt, R. (2019). “Madde Bağımlılığının Demografik Özelliklerle Olan İlişkisi: Adana/Seyhan Örneği”. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi.
4. Cloward, R. A.; Ohlin, L. E. (1960). *Delinquency and Opportunity: A Theory of Delinquent Gangs*. New York: Free Press.
5. Cohen, A. K. (1955). *Delinquent Boys: The Culture of the Gang*. New York: Free Press.
6. Duman, M. F. (2018). “Suç Habitatu ve Suçlu Gençlik Habitusu – İzmir İli Örneği”. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi.
7. Durkheim, E. (2006). *Toplumsal İşbölümü*. Çev. Ö. Ozankaya. İstanbul: Cem.
8. Güler, M.; Parlıyan, B. M. (2020). “Roman Toplumunun Kentlileş(E)Memesi Kapsamında Suç Ve Kent İlişkisi: Edirne Örneği”. *Kent ve Çevre Araştırmaları Dergisi*. 2(2): 40-73.
9. Hanbay, E. (2019). “Hırsızlık Suçu İşleyen Çocuklar Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma: (Bitlis İli Örneği)”. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Elazığ: Fırat Üniversitesi.
10. Jenks, C. (2007). *Altkültür: Toplumsalın Parçalanışı*. Çev. N. Demirkol. İstanbul: Ayrıntı.
11. Kara, İ. (2014). “Şiddete Dayalı Suçlarda Bağımlılık ve Bağımlılık Merkezlerinin İyileştirmedeki Rollerini: İzmir Örneği”. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi.
12. Merton, R. K. (1968). *Theory and Social Structure*. Enlarged Edition. New York: Free Press.
13. Miller, W. B. (1958). “Lower Class Culture as a Generating Milieu of Gang Delinquency”. *Journal of Social Issues*. 14(3):5–19.
14. Tanaydın, M. (2017). “Gecekonduunun Varoşa Dönüşme Sürecine Uyuşturucu Alt Kültürünün Etkileri (Mersin Örneği)”. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Mersin Üniversitesi.

15. Thornton, S. (1995). *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity.
16. Thrasher, F. M. (1927). *The Gang: A Study of 1, 313 Gangs in Chicago*. Chicago: University of Chicago.
17. Uy. G. (2019). “Etnisite, Alt-Kültür ve Suç Bağlamında Conolar”. Der. E. Geçgin. *Kenardakiler: Teoriden Uygulamaya Suç ve Sapma Üzerine Sosyolojik Araştırmalar* (iç.). Ankara:Heretik. Ss.217-260.
18. Whyte, W. F. (2017). *Köşebaşı Toplumu: Bir İtalyan Kenar Mahallesinin Toplumsal Yapısı*. Türkçe Söyleyen: Dara El Hüseyini. Ankara: Heretik.
19. Willis, P. (2016). *İşçiliği Öğrenmek: Sınıf, İşçilik ve Eğitim: İşçi Çocukları Nasıl İşçi Oluyor?*. Türkçe Söyleyen: Dara Elhüseyini. Ankara:Heretik.
20. Wolfgang, M. E.; Ferracuti, F. (1967). *The Subculture of Violence: Towards an Integrated Theory in Criminology*. London: Tavistock.
21. Yıldırım, K. (2015). “Çingene Alt-Kültüründe Sosyalleşme Sürecinin Suç Olgusuna Etkisi”. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.

**JEAN-JACQUES ROUSSEAU'NUN DÜŞÜNCE
DÜNYASINDA TOPLUMSAL DÜZEN VE SİVİL
TOPLUM FİKRİ**

Doç. Dr. Ercan GEÇGİN

*Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Fen- Edebiyat Fakültesi,
Sosyoloji Bölümü ercangcn@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/https://orcid.org/0000-0001-9896-119X>*

Giriş

Batı siyasal düşünce tarihinde kritik bir öneme sahip olan Jean-Jacques Rousseau'nun (1712-1778) fikirleri bugünün dünyasında da güncelliğini sürdürmekte ve tartışmalara ışık tutabilmektedir. Bu çalışma, Rousseau'nun toplumsal düzen ve sivil toplum kavramıyla ilgili düşüncelerinin sınırlılığında bir değerlendirmeyi içermektedir. Onun toplum, toplumsal düzen, sivil toplum ve siyasal yönetim üzerine düşüncelerini birbiriyle bağlantılı şekilde kavramak gerekir. Genel itibariyle Rousseau'nun toplum ve toplumsal düzenle ilgili görüşlerinde birtakım ikilikler göze çarpmakla birlikte bunları dengeli bir şekilde ortaya koyduğunu ve toplum sözleşmesi fikri istikametinde bunu siyasal bir bütünsellikle açıldığını söyleyebiliriz. Çalışmada öncelikle hayat hikâyesinden, çok yönlü kişiliğinden, genel düşünce evreninden bahsedilecek, devamında ise doğa durumu, toplumsal düzen, sivil toplum ve yönetimle ilgili bütünsel kavrayışı yakından ele alınacaktır.

Hayatı ve Çok Yönlü Kişiliği

Jean-Jacques Rousseau 28 Haziran 1712 tarihinde Cenevre'de (bugünkü İsviçre sınırlarında, o vakitler Fransa Kantonudur) doğmuş ve 2 Temmuz 1778 tarihinde Ermenonville'de (Fransa) hayatını kaybetmiştir. Siyaset felsefesinde önemli bir düşünür olmasının yanı sıra roman, şiir, tiyatro ve müzisyenlik alanlarına da ilgi gösteren çok yönlü bir entelektüel kişilik olmuştur. Fikirleri yaşadığı coğrafyanın sınırlarını aşmış, başka bir ifadeyle kendi ülkesine sığmayan düşünürler arasına girmiştir. Sadece mekâna değil zamana da sığmamıştır. Söz gelimi bugün de Rousseau'nun fikirlerini tartışmaya gerekçe olan durumlarla karşı karşıyayız. Dolayısıyla mekâna ve zaman sığmayan düşünürlerden biri olduğu için fikirleri güncel ve tartışmaya açıktır.

Kişisel hayatına baktığımızda ailevi açıdan birtakım sorunlar yaşadığını görmektedir. Doğumundan kısa süre sonra annesini kaybetmiş, 10 yaşında da saatçilik yapan ve daha sonra teyzesi ile evlendiği ortaya çıkan babası tarafından terk edilmiştir. Bir süre amcasının yanında kalmış ancak daha sonra Cenevre'yi terk etmiş, Fransa ile İtalya'nın o dönemdeki bazı şehirlerinde tercümanlık, müzik hocalığı, sekreterlik gibi işler yapmıştır. David Hume'un daveti üzerine bir ara İngiltere'de de bulunmuştur. 30'undan sonra yerleştiği başkent Paris'in entelektüel hayatını etkilemiştir. Aydınlanma Çağı'nda yaşamış olmasına karşın doğa-kültür ikiliğine dair yazılarında uygarlık eleştirisinde bulunmuş ve doğaya dönüş gibi tezlerinden dolayı romantizm akımına öncülük edenlerden olmuştur.

1979 Fransız Devrimi'ni fikri açıdan güçlü bir şekilde etkilemiştir. Özellikle de 'genel irade'(halk iradesi) anlamında Jakobenler üzerinde bu etki hissedilmiştir. Devrimden sonraki ulus-devlet/üniter-devlet modelinin düşünsel referans kaynaklarından biri olmuştur ve bu açıdan pek çok ülkedeki siyasi

akımlar üzerinde de tesirleri sürmüştür. O, 18. yüzyılın toplumsal ve siyasal ruhunun etkilerini taşımakla birlikte kendi yüzyılına ve devamına bir ruh verebilendir de aynı zamanda. İnanç bakımından da kırılmalar ve gel-gitler yaşamıştır. Kendisi Kalvinist (Protestanlığın o dönemin Fransa'sındaki adıdır; 16. yüzyılda John Calvin tarafından ilk kez Cenevre'de yayılım göstermiştir) olarak dünyaya gelmiş, Torino'da Katolikliğe geçmesine rağmen daha sonra tekrar Kalvinist olmuştur.

Çok yönlü kişilik olan Rousseau, şu eserlere imza atmıştır: Bilimler ve Sanatlar Üzerine Söylev (1750); İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı (1755); Politik Ekonomi Üstüne Söylev (1755); Ahlak Prensipleri Mektupları (1758); Etkinlikler Gösterileri Üstüne Mektup (1758); Toplum Sözleşmesi (1762); Emile (1762); Dağda Yazılmış Mektuplar (1764); Korsika İçin Anayasa Projesi (1765); Polonya Hükümeti Üstüne Düşünceler (1771); Dillerin Kökeni Üstüne Deneme (1781). Roman, şiir, tiyatro ve müzik üzerine de eserler vermesinin yanı sıra otobiyografileri de yayınlanmıştır: İtiraf (1770); Jean-Jacques'ı Yargılayan Rousseau (1777); Yalnız Gezenin Düşleri (1778).

Rousseau'nun Düşünce Evreni

Rousseau'nun düşünsel ikliminde tek boyutluluk bulunmaz. Genel düşününe baktığımızda; pozitif özgürlüğün, egemen varlığın/halk egemenliğinin, ulusal bilincin, genel irade/genel istemin, törelliğin, çocuk merkezli eğitim ve toplum dininin/sivil dinin önemsendiği ve değerli kılındığı bir fotoğraf karşımıza çıkmaktadır. Bunlar aynı zamanda onun üzerinde durduğu tematikler olmuştur.

Genel olarak Rousseau'nun fikirleri farklı şekilde yorumlanmıştır. Kimilerine göre demokrasinin savunucusu, kimilerine göre onu eleştiren biri; kimilerine göre liberal devrimin hazırlayıcısı, kimilerine göre devrimin toplumsal ve siyasal olumsuzluklarını önceden bildiren biridir. Keza bireyci mi yoksa kolektivist mi olduğu da tartışılmıştır. Aslında bu yönlerden eğilimler Rousseau'da vardır. Çok yönlü yorumlara açık olmasına sebep olan şey onun fikirlerindeki esneklik ve sabit fikirlilikten uzaklıktır. Belirli bir siyasal çözümleme çizgisi olmakla birlikte ucu açık fikirler de ortaya koymuştur. Örneğin doğa-kültür çelişkisine dair 'İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı' adlı eserinde hem doğal duruma hem insanın emeği ile dönüştürücü gücüne olumlu bakan yönler vardır. Ayrıca yer yer insanın doğasına dair niteliklerden uzaklaşan kültüre (akılcılık vb.) yönelik de eleştirileri ve de uyarıları da bulunmaktadır. Bu bakımdan Alman romantikleri tarafından da benimsenmesi dikkate değerdir. Dolayısıyla Rousseau'yu çok yönlü yorumlamak son derece doğaldır. Zira 18.yüzyıl yeni zamanların başlangıç yüzyılıdır. Toplumsal değişmekte, insanların nasıl bir arada yaşayacağına dair toplumsal yasaların arayışı özellikle Avrupa düşün hayatı başta olmak üzere pek çok ülkede yaşanan bir olgu olmuştur. Bu dönemde, toplumun ne olduğu,

geçmişte nasıl bir düzen olduğu ve yaşanan dönemde nasıl daha iyi bir düzen tesis edilebileceği ve bu düzenin insanı nasıl özgür kılabilceği gibi çerçevelerde tartışma ve arayışlar öne çıkmıştır. Akılcılık, bireycilik, bilimsellik ve ilerlemecilik gibi Aydınlanmanın kodlarının inşa edildiği ve bu çerçevede toplumun kavranıp çözümlerin geliştirdiği, matbaa-yayın vb. teknik gelişmelerle bu fikirlerin toplumsallaştığı bir dönemdir. Keza feodalitenin çözülmeye ve yeni ekonomik biçimlerin devreye girmeye başladığı, yani maddi gelişmelerin hızlı bir şekilde kendini hissettirdiği, büyük bir dönüşümün yaşandığı bir süreçtir.

Doğal Hukukçular İçinde Rousseau'nun Yeri

Rousseau, Thomas Hobbes (1588-1679) ve John Locke (1632-1704) ile birlikte doğal hukuk geleneği içinde konumlanmıştır. Doğal hukukçularda dikotomi (ikilik), devlet ile sivil toplum arasında değil, doğa durumu ile sivil/politik toplum (sivil toplum ve politik toplum ayrı düşünülmez) arasında kurulmuştur. İnsanların toplum sözleşmesi ile doğal durumdan, yani siyaset öncesi dönemden siyasal/sivil topluma geçtikleri, yani bir açıdan devletli topluma geçtikleri görüşü hâkimdir. Sözleşme fikri sadece siyasal değil, ekonomik ilişkilerin gelişimini kapsayan geniş bir kavramdır. Genel olarak doğallık ile siyasallık birbirinden kopuk halde düşünülmüştür. Doğa hali verili ve zorunlu; sivil ve siyasal toplum ise yapay bir ürün olarak düşünülmüştür (Duman, 2008:349).

Rousseau'nun doğal durum, toplum, sivil toplum, toplum düzeni hakkındaki görüşleri İngiliz felsefeci Hobbes'tan farklıdır ve yer yer ona yönelik eleştiriler taşır. Hobbes'un (2017) 'Leviathan' adlı eserinde, insanların duydukları korku ve birbirlerine güvensizliklerinden (insanın insanın kurdu olması) dolayı 'hak devri' ile hükümdara mutlak iktidar verdiklerini/vermeleri gerektiğini savunan bir 'toplum sözleşmesi' fikrini geliştirmişti. Başka bir deyişle devlet Hobbes'ta mutlak iktidar ile donatılmaktaydı. Devlet karşısında birey edilgen olarak kavranmıştır.

Hobbes, parlamento ile kral arasındaki mücadelenin arttığı ve iç savaşın yaşandığı korku yüklü dönemin bir düşünürü olarak, iktidarsızlığın veya birden fazla iktidarın kötü olduğunu, tek ve mutlak iktidarın iyi olduğunu savunmuş bir isimdir. Birey ve toplumu mekanik yasalarla açıklamaya çalışmıştır. Doğa halindeki insanların özgür ve eşit olduğunu, herkesin her şey üzerinde eşit hakka sahip olduğu doğal durumda, hiç kimsenin diğerleri üzerinde mutlak iktidar kuramadığı savaş halidir. Yani herkes herkesle savaş halindedir, başka bir ifadeyle insan insanın kurdudur. Acımasız rekabeti, mücadeleyi, çatışmalı ortamı insanlar üçüncü bir güç olarak haklarını devrettikleri devlet sayesinde aşabilmişlerdir (Duman, 2008:349).

Hobbes'ta eşitlik ve özgürlük halinde oluşan rekabet güvensizliği, güvensizlik savaş halini, savaş hali de sözleşme dolayısıyla siyasal toplumu, yani mutlak iktidar olarak devleti meydana getirmiştir. Başka bir ifadeyle, güvensizlikten savaş doğmuştur ve devlet insanların birbiriyle sürekli savaş halini engelleyen faktör olarak rol almıştır. Devletin ortaya koyduğu hukuk koşullarında bireylerin buna karşı koyma ve direnme hakları bulunmaz. Yönetilenler haklarını devrettikleri için egemenin buyruklarına boyun eğmek durumundadırlar. İnsanların herhangi bir şey üzerinde var olan haklarından feragat etmesi ise toplum sözleşmesini doğurmaktadır (Hobbes, 2017:100-105). Dolayısıyla Hobbes, geleneğin ve her türlü otoriterliğin etkisinden, dolayısıyla da devletin kapsayıcı gücünden arınmak gerektiğini, sivil toplum- devlet ayırımını dile getirip devletin gücünün sınırlandırılmasını savunan klasik liberalizmin öncü isimlerinden kabul edilen İngiliz filozof Locke'tan da pek çok yönden farklı bir yönelim içindedir.

Locke; Amerikan, İngiliz ve Fransız devrimlerinde de fikri miras bakımından etkisi olan biridir. Öncelikle mülkiyet hakkı olmak üzere bireysel hak ve özgürlüklerin daha iyi bir şekilde korunmasına, sözleşmeyle oluşan devletin yaşam, özgürlük, mal, mülkiyeti gibi hakların korumayla sınırlı bir iktidarı olduğunu savunmuştur. Devletin devamlılığı ve meşruluğu bu hakların korunup korunmadığına bağlıdır. Ona göre sivil toplum, toplum sözleşmesi ile oluşur ve politik/siyasal toplumla eş anlama gelmektedir (Duman, 2008:350-351). Locke, mutlak özgürlükten ziyade sınırları çizilmiş bir özgürlükten bahseder. Ancak benzer şekilde iktidarın da mutlak egemenliği yoktur, onun sınırı da bireylerin geniş anlamdaki mülkiyet (yaşam özgürlük, mal) haklarının korunması, güvence altına alınmasıdır. Bağımsız yargı sayesinde bunlar korunabilmektedir.

Locke'ın doğal durumu politik/siyasal toplum öncesi şeklinde bir kavrayışı vardır. Yani siyasi topluluğun olmadığı durumdur. Hobbes gibi doğal durumu olumsuzlamaz. Hiç de onun dediği gibi herkesin herkesle savaştığı ve insanın insanı kurduğu olduğu bir hal yoktur. Doğal durumda insanların herhangi bir merciden izin almadan, doğanın yasalarına uygun davrandıkları, mallarını ve kişiliklerini kullanma bakımından eşit ve özgür olduklarını savunur. Ona göre mülkiyet hakkı, yaşam hakkı ve özgürlük hakkı doğal durumdaki hakkın ifadesidir ve bu hakları ihlal edenleri cezalandırılmasına ve bu hakların korunmasına yönelik bir 'toplum sözleşmesi' bina edilerek devlet var edilmiştir. Başka bir ifadeyle, doğa durumunda özgürlük ve mülkiyet hakkının iyi korunamaması ve savaş haline meyil vermesi üzerine yargılama ve cezalandırma gibi hakların devlete devredildiği, politik ve sivil topluma geçilmiştir bu sözleşme ile. Ancak toplumsal sözleşme ile oluşan devlet iktidarı sınırlıdır.

Yönetilenlerin sözleşmeden önce sahip oldukları yaşam, özgürlük, mülkiyet haklarını korur, ancak bu hakları ihlal ederse yönetilenlerin ‘direnme hakkı’ da doğmaktadır. Devlet, bireylerin genel manadaki haklarının korunması ve gözetilmesi için işlev gösterir. Locke, doğa durumundaki hakların devlet güvencesine alınıp düzenlenmesini ve tamamlanmasını savunur. Doğal durum, daha çok ‘doğal toplum’ halidir ve bu haldeki toplumsal ilişkiler, sivil ve politik toplumda korunarak sürdürülür. Böylelikle mülkiyet hakkı gibi pek çok ilişki de tarihselliğinden koparılmakta, doğal ve verili halde kabul edilmektedir. Açık bir şekilde Locke’ta devlet-toplum ayırımı veya karşıtlığı görülmez, ancak mülkiyet sahibi burjuvazinin devlete karşı ‘negatif özgürlük’ alanının savunusu da söz konusudur (Duman, 2008:350-351).

Genel olarak Hobbes’ta devlet bireyden önce gelirken Locke’ta birey devletten önceliklidir. Rousseau’da ise devlet-birey dengesinde ‘egemen varlık’ ve ‘genel irade’nin hâkimiyeti ön plandadır. Genel irade, özel iradelerin bileşkesi ama onların toplamından da farklı bir niteliktir. Genel irade, her bireydeki tutkuları sınırlandıran, bireylerin diğer bireylerin beklentilerini dikkate alarak davrandıkları ortak, karşılıklı bağlarla örülü anlama ve yaşama işlemidir. Genel iradeye boyun eğmek toplumu bir arada tutan en önemli bağdır ona göre.

Söz konusu üç ismin devleti hangi meşruiyet zemininde ele aldığı da önemli bir ayrım biçimi olarak düşünülebilir. Hobbes’un düşüncesinde güvenlik ihtiyacı devletin meşruluğunu oluşturmaktadır. Dolayısıyla da otoriterliğe ve totaliterliğe de meyil verilmektedir. Locke’ta güvenlik ve eşitlik gibi kavramların yerine özgürlük meşruiyetin kaynağıdır. Doğal hakların ve özgürlüklerin siyasal ilişkilerde korunmasıyla liberal ve demokratik bir geleneğe meyil göstermiştir. Rousseau’da ise toplumun genelini temsil eden ‘genel irade’ ile özdeşleştirilen siyasal iktidar mekanizması meşruluğun kaynağıdır. Toplum devlet olmakta, devlet de toplum olmaktadır. Genel irade ile siyasal iktidar özdeşliğini bozan, siyasal eşitliği ihlal eden veya engelleyen her unsur sistem dışına aktarılır. Daha çok kolektivist ve sosyalist bir yönelime eğilimli şekilde yorumlanmıştır (Çetin, 2008:55).

Bu üç ismin de doğa durumu/doğal duruma dair belirlemelerden hareket ettiklerini; ancak bunu farklı şekilde yorumladıklarını söyleyebiliriz. Keza üçünün de yasanın bağımsız gücüne, rasyonelliğe ve genel olarak dünyeviliğe/sekülerliğe vurgusu son derece önemlidir. Anayasacılık ve sivil toplum anlayışının gelişmesinde önemli rol oynamışlardır. Bu noktada Rousseau’nun bu konular hakkındaki fikirlerine daha yakından bakmak isabetli olacaktır. Öncelikle Rousseau’da doğal durumun Hobbes ve Locke’tan farklı olarak, tarihsel bir süreç çerçevesinde ele alındığını, sabit bir doğal durum

formundan ziyade, tarihsel süreçte uğradığı değişim ve dönüşümlerin dikkate alındığını (Duman, 2008:351) belirtelim.

Rousseau'ya göre doğal durumda insan diğer canlılardan farksız yaşamaktadır. Henüz topluluk haline gelmemiş durumda olan insanlar diğer canlılardan sahip oldukları bazı yetkinlikler açısından (akılcı seçimler ve yetenekler) farklılaşmışlardır. İnsanların birbirlerine karşı görev ve sorumluluklarının olmadığı doğal durumda mülkiyet de yoktur ve buna dayalı eşitsizlikler de yoktur. Eşitlik ve özgürlük hâkimdir.

Rousseau, 'İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı' (1982) adlı eserinde, mülkiyetle birlikte eşitliğin bozulduğunu, sivil toplum niteliğine geçildiğini dile getirmiştir. Evrimsel süreçle birlikte insanların mülkiyet etrafındaki kavgalarının yeni bir duruma işaret ettiğini, bu mücadeleleri hem engelleyecek egemen bir yönetime hem de doğal durumdaki özgürlüklerini koruyabilmelerine yönelik bir toplum sözleşmesine gidildiğini savunmuştur. Böylece toplumsal bağların ve toplumsal düzenin tesisi toplum sözleşmesiyle mümkün hale gelmiştir. Daha açık bir şekilde 'toplum' olabilmenin yolu sözleşmeden geçmektedir. Uygar topluma karşılık gelen sivil toplum, doğal durum karşısında konumlanmıştır. Ancak Rousseau, doğa-kültür çelişkisinde diğerleri kadar belirgin ve keskin bir tutum içerisinde değildir.

Doğa Durumu ve Sivil Toplum

Rousseau'nun sivil toplum görüşü onun doğa durumu tahayyül etme biçimiyle doğrudan ilişkilidir. Doğa durumundaki eşitsizlikler ile sivil toplum (uygarlık) aşamasındaki eşitsizliklerin farklı nitelikleri olduğunu öne süren Rousseau, doğa durumunda doğanın sunduğu olanakların bir ölçüde eşitsizlikleri azalttığını ancak zengin ile yoksul arasındaki eşitsizliğin ise bize bırakılan meşru bir eşitsizlik olmadığını savunmuştur. Doğadaki eşitsizlikler yıkıcı sonuçlara yol açmazlar, zira insanlar arasında henüz katmanlaşmalar ortaya çıkmadığı gibi henüz zihinsel kapasite de ilerlemiş değildir. Kıyaslama yapamayan beynin hileli davranması da söz konusu olamaz. Henüz ün, itibar gibi statü ayrıcalıkları ve bunlara yönelik zihinsel farklılaşmalar, edimler de gelişmemiştir. Bundan ötürü doğal insan kendi içinde yaşar ve son derece şeffaftır. Toplumsal ilişkileri insanın beşeri doğasına dışsal ağ olarak zuhur etmez ama toplumsal ilişkiler insan doğasını iyi veya kötü istikametlere sürükleyebilmekte ve zihnin çalışma şekline işlemektedirler. Aydınlanmanın "ilerlemeci" ruhu ile uyumlu bir söylemde bulunmakla birlikte insanın doğaya hükmedici niteliğini hem iyi hem kötü yönleriyle gören Rousseau, insanı hayvanlardan üstün konuma dönüştüren ilerlemenin aynı zamanda bir geriye gitme, hayvanlardan bile daha aşağı konuma itme hallerini içerdiğini de öne sürmüştür. Yani ilerleme insanlık durumunu iyileştirmekle birlikte bağrında çöküşün tohumlarını da taşımıştır (Abramson, 2017:287-289).

Sivil topluma geçiş, insanın doğa durumundaki grelı bağımsızlığını da değiştirmiş ve toplumsal ilişkiler içinde toplumsallaşmış kişi olarak yeni insanı, başka bir ifadeyle duygu ve zihin durumları yanı sıra toplumsal benlik, çan-şeref, şöhret, beğeni arzusu gibi etkileşim halleriyle var olan insanı doğurmuştur. Özel mülkiyetin ve bunun üzerine inşa edilen rekabetçi duyguların insanı sürüklediği toplumsal eşişsizlikler düzleminde, aşağıda ayrıntısını ele alacağımız “toplum sözleşmesi”nin tezahür ettiğini savunan Rousseau, böylece doğal insandan toplumsallaşmış insana doğru bir evrimsel süreçten bahsetmiş olur. Ancak bu sreelişkili ve ikilikleri içinde barındıran devingen bir süreçtir. İnsanın zgr doğmasına rağmen her yerden zincire vurulduğuna dair görüşü (Rousseau, 2016:4) bu ikircikli halin zeti gibidir.

Rousseau’nun doğa durumu tarih-dışı tahlil düzeyinde gören Acar Savran’a göre (2013:58) saf olana, ze ilişkin olana varma eğilimi taşıtmaktadır ve “yalıtılmışlık” ve “sınırlı gereksinimler” eksenler üzerine bina edilmiştir. Söz gelimi Rousseau’da doğa durumunda özel mülkiyet bir hak olarak kavranmaz, zira doğal insan erişebildiği her şeyi kendiliğinden kendisinin saymıştır. Bunun devamı olarak Rousseau zel mülkiyeti sivil toplumun da temeli olarak görmüş, hatta toplumsal ilişkiler ağına göndermede bulunan “retim” kavramına kısmen de olsa işaret etmiştir.çünkü doğal durumda doğal insan gereksinimlerini üretim yapmadan, hazır olarak tk etmiştir. İnsana özgü sayılan dil, akılcılık, ahlaklılık gibi nitelikler yetkinleşme yetisi gibi gizilgcn var olmasına koşut şekilde ortayakmıştır. Bu noktada sivil toplumu meydana getiren niteliklerin ierilmediği bir durum olarak doğa durumu tahayyül edilmiştir. Dolayısıyla insanın insani gelişimde rol oynayan ve toplumsal yaşamın karakteristik özelliklerin henüz ortayakmadığı doğa durum ile sivil toplum arasında bir kopukluk varsayılmıştır (Acar Savran, 2013:59-65).

İki ayrı yaşam dünyası olarak kavranan doğa durum ve sivil toplum arasındaki farkta Rousseau sivil toplumundaki karmaşıklığı eğitim yoluyla aşmayaalışarak olumlayıcı bir tavır sergilemeyealışmıştır. ‘Emile’ adlı eserinde (2009)ocukluk meselesine ve eğitime eğilmiştir.çocukluğu henüz tam tanıyamadıklarını veocukluk içinde yetişkinliğin arandığını belirterek döneminde hâkim olan tavrı eleştirerek öncelikli olanın onu tanımak olduğunu işaret etmiştir. Eserine yazdığı önsözde eğitimden ziyade eğitim üzerine düşlerini içeren bir kitap kaleme aldığını belirtmiştir. Yine nszde, “Kendimle eş düşüncede olmamak, herkesten daha bilge tek kişi olduğumu sanmamak benim elimdedir; duygu değiştirmek değil de kendi duyguma bel bağlamamak elimdedir.” not ederek okuyucu ile düşündüğü gibi konuşmak istediğini ifade ederek şunu eklemiştir: “Kendim kuşku duymadığım halde neden kuşku uyandıracak biçimde bir düşünce ileri sreyim?” (Rousseau, 2009:3). Akıl

yürütmeyi şüphecilikle birlikte ele alan Descartes'ın yöntemini anımsatan bu tavır aslında tıpkı Descartes'in yöntemle ilgili yapmış olduğu gibi kendi akıl yürütmesini tüm açıklığıyla ortaya sererek okurla birlikte bir akıl yürütme eğitimi süreci yaratmaktadır. Sorgulamanın kendisi bir sorgulama kültürü ve bilinci verebilmektedir.

Çocukluğu insan türünü diğer canlılardan da ayırt edici bir dönem olarak gördüğü gibi bitkiler nasıl tarımla yetişiyorsa insanın da ancak eğitim yoluyla yetişebildiğini savunarak eğitimin kritik rolüne odaklanmıştır. Zira eğitim ona göre zayıf doğan insanın güçlenmesindeki en önemli süreçtir ve bu yüzden de özen gerektirmektedir. Doğanın, insanın ve şeylerin öğretmenliğinde insanın biçimlendiğini, iyi bir eğitiminin de bu üçünün uyumlu şekilde birleştirilmesinden geçtiğini ileri sürmüştür (Rousseau, 2009:6-7). Dolayısıyla sadece insanın insanı eğitmesine indirgemeyen ve doğa ile şeylerin de etkisini dikkate alan bileşik bir sürecin ürünü olarak eğitim kavrayışına sahip olmuştur. Başka bir deyişle bütünsel çerçevede insan kavrayışı söz konusudur. Bu kavrayış temelinde eğitim, bütünsellik bağlamında insan olmanın veya bu bütünselliğin bir parçası olduğunu idrak etmenin ve toplumsal hayata girişin çocukluktaki en kritik süreçlerinden biri olmaktadır.

Sözleşme Temelinde Toplum

Rousseau'nun düşüncesinde meşru iktidar ancak ve ancak sözleşme yoluyla kurulabilir. İnsanlar canlarını ve mallarını korumak ve özgürlüklerinden de ödün vermemek için bir araya gelirler ve bir toplumsal bütün meydana getirirler. Her bir kişinin bütünüle bağlantısı benzer ve herkes aynı durumda olduğundan dolayı eşitlik söz konusu olabilmektedir. 'Devlet' ise, sözleşme vasıtasıyla ve oybirliği ile oluşan bütündür. Her bireyin bu bütünde payı vardır, bağı vardır. Yasaları kendi koyan ve yürüten insanların oluşturduğu bu bütünde 'genel irade' belirmektedir. İnsanlar kendi koydukları yasalarla ve onlara rıza göstererek özgürleşeceklerdir.

Hobbes'un siyasal felsefesi ağırlıklı olarak otoriter devlet anlayışını meşrulaştıran bir hüviyete sahip iken Locke'ınki daha liberal çerçevede idi. Rousseau'nunki ise genel irade, egemen varlığın yüceltilmesi, toplumsal sözleşmesi ve bunlarla bağlantılı olarak temsil sisteminin önemine eğilen yönler bakımından demokratik tarzlara da, otoriter devlet biçimlerine de meyilli yönler olabildiğine dair yorumlar geliştirilebilir (Özipek, 2008:80). Bu, Rousseau'yu hangi bağlamda, hangi konjonktürde yorumladığınıza göre değişir. Zira Rousseau'da çoklu yorumlara açık pencereler bulunmaktadır. Bu noktada onun 'Toplum Sözleşmesi' adlı eserine yakından bakmamız yararlı olacaktır.

Rousseau, 'İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı' adlı eserinde (1982) doğal durumda insanların eşit ve özgür olduklarını ancak toplum düzenine

geçince mal mülk tutkusundan dolayı bu özelliklerini yitirdiklerini, toplumdaki küçük bir azınlığın çoğunluğa hükmetmeye başladığını, eşitsizliğin yaygınlaştığını dile getirmişti. İnsanların doğa durumundaki özgürlükçü ve eşitlikçi düzenine özleminin mevcut potansiyel içinde çeşitli haklar ve karşılıklı sorumluluklar üzerinden hayata geçirilme fikrinin ürünüdür ‘Toplum Sözleşmesi’. Kitapta onun toplumun nasıl mümkün olduğuna, toplumsal düzenin daha eşitlikçi ve adil şekilde nasıl olabileceğine dair temel fikirlerini görmektedir.

Rousseau (2016:3) kitabına şu cümleyle başlar:

Niyetim, insanları oldukları gibi, yasaları da olabilecekleri gibi ele alıp, toplum düzeninde güvenilir ve haklı bir yönetim kuralı bulunup bulunamayacağını araştırmaktır. Bu araştırmada, adalet ile fayda birbirinden ayrı düşmesin diye, hakkın onayladığı çıkarın gerektirdiğiyle uzlaştırmaya çalışacağım.

Rousseau’nun açıklama gramerinde toplumsal düzen fikri, politik bütün, egemen varlık, devlet, yurttaş, genel ve ortak çıkar, özgürlük ve eşitlik önemli yer tutar. ‘Birinci Kitabın Konusu’ başlıklı bölümde (2016:4) “*insan özgür doğar, oysa her yerde zincire vurulmuştur*” ifadesini kullanır. Bu zincirlerin efendi-köle ilişkisinde nesnelleştirildiğini, yasallaştırıldığını oysa kendisini efendi zannedenlerin de köle olduklarını dile getirir.

Toplum düzeni ona göre kutsal bir haktır ve öbür hakların temelidir. Doğadan gelmez, sözleşmeye dayanır. ‘Aile topluluğu’ bütün toplumların en eskisi ve doğal olanıdır. Ailenin kendisi de bir sözleşmeye tabidir. Zira çocukların bakımı ve korunumu da bir babaya bağlılığı gerektirmektedir. Yani ortakça bir özgürlük vardır. İnsanın ilk uyacağı yasa da varlığını korumak ve borçlu olduğu özeni göstermektir. Ancak insan kendini bilecek yaşa geldiğinde çevresi ile ilişkilerinde nefsinı kollayan, kontrol eden ve böylece kendi kendisinin efendisi olabilecek düzeye gelir (Rousseau, 2016:4-5).

Aileyi ve aile içindeki ilişkileri toplumların ilk örneği olarak ele alırken küçültülmüş bir toplum düzeni modeli gibi de düşünmektedir Rousseau. Babanın yönetici, çocuklarınsa halk gibi olduğu bu toplumsal düzende insanların ancak çıkarları için özgürlüklerinden vazgeçebildiklerini belirtir. ‘Emile’ eserinde ise eğitimdeki rolü üzerinden aileye önem verdiğini de ayrıca not etmemizde fayda var.

Rousseau, pek çok ismin ortaya koyduğu fikirleri tartışıp çürüterek kendi toplumsal düzen düşüncesini geliştirmiştir. Aristoteles, Grotius, Hobbes, Montesquieu gibi belli başlı isimlerden bazılarıdır. Kendi sözleşme fikrini diğer düşünürlerin toplum sözleşmesi tahayyülünden önemli ölçüde farklılaştırır. En önemli farklılaşma yönlerinden biri eşitsizlikle ilgili olandır. Ona göre toplumsal

eşitsizlikler doğuştan gelmez. Bu yöndeki düşünceleri çürütme gayretindedir. Eşitsizlik bir sonuç değil, nedendir. Örneğin kölelik doğal bir duruma gelmişse bu doğaya aykırı bir köleliğin sonucundandır (2016:6). Keza güçlü olmak her zaman için hak yaratmaz ona göre. Güçlü olmaya dayalı hak, hak değildir. Bu noktada Rousseau, insanın neden ve nasıl boyun eğdiğini kaba güçten yola çıkarak açıklamaya çalışır. Ona göre “güç hak yaratmaz ve insan ancak haklı güce boyun eğmelidir.” (2016:7). Yani insanın benzeri üzerinde kaba güç kullanma, hükmetme yetkisi yoktur, hakkı da yoktur. O halde, haklı güç var mıdır Rousseau’ya göre? Varsa haklı güç nedir veya haklı güce boyun eğmek nedir? Yani boyun eğilebilecek tek güç haklı güç ise o nasıl mümkündür? Bunların cevaplarını Rousseau sözleşme ile kurulan güçte aramıştır. Toplumsal düzenle ilgili düşünceleri de bu temelde yükselmektedir.

Toplum Sözleşmesi ve Toplumsal Düzen Fikri

Nasıl ki insanlar çocuklarını başkalarına bağlayamazlarsa ve çocuklar nasıl özgür doğuyorlarsa ve nasıl bir baba çocuklarını geri dönülmez şekilde başkasına devredemiyorsa (ki bu doğanın amaçlarındandır), bir siyasal yönetimin yasal olabilmesinin yolu da halkın onu kabul etmesine, yani rıza göstermesine bağlıdır. İşte o zaman yönetim keyfe bağlı olmaktan çıkmaktadır (Rousseau, 2016:8-9). Keyfiyete karşı yasallığı ortaya koyan Rousseau, özgürlükten vazgeçmenin insan olma niteliğinden, insanlık haklarından ve ödevlerinden vazgeçmek anlamına geldiğini belirtir. İnsanın doğasına aykırıdır. Tek yönlü mutlak yetke ve boyun eğiş, boş bir sözleşme olur. Bu noktada, Grotius ve onun gibi düşünenlerin kölelik hakkının kaynağını savaşta gören yaklaşımlarını eleştirir ve savaşa yol açan şeyin insanlar arasındaki ilişkilerin değil olaylar arasındaki ilişkiler olduğunu ifade eder. “Savaş, insanın insanla değil, devletin devletle olan bir ilişkisidir ve bu ilişkide tekler birbirlerine yalnız rasgele düşmandırlar, insan ve yurttaş olarak değil, asker olarak; yurdun üyeleri olarak değil, koruyucuları olarak” (Rousseau 2016:10) ifadesini kullanır. Bu ifadenin özü hem Hobbes’un insan doğasındaki yıkıcılığını esas alan ve şiddetin engellenmesini devletin gerekliliği şartına bağlayan görüşten ayrışmayı hem de toplumsal düzenin nasıl tesis edilebilirliğine dair temellendirmeyi esas alır.

Toplum üyelerinden her birinin bütün haklarıyla birlikte topluluğa bağladığı ve bu açıdan da herkes için durumun aynı olduğu, yani eşit kılındığı, ortak yarar/çıkar etrafında uzlaşıldığı toplum sözleşmesini şöyle tarif eder Rousseau (2016:14):

Üyelerinin her birinin canını, malını bütün ortak güçle savunup koruyan öyle bir toplum biçimi bulmalı ki, orada her insan hem herkesle birleştiği halde yine kendi buyruğunda kalsın, hem de eskisi kadar özgür olsun.

Sivil toplumda insanlar arasındaki etkileşimlerin karmaşıklığında hem bağımsız bireyler olarak kalabilmek hem de bireyler arasındaki etkileşimin ortaklığının sorumluluğunu almak sözleşme olarak tahayyül edilmektedir. Tam da bu noktada Nazım Hikmet'in ünlü şiirinde geçen '*bir ağaç gibi tek ve hür ve bir orman gibi kardeşçesine*' şeklindeki betimleyişinin bu yöndeki bir toplum tahayyülüne karşılık geldiğini not etmemiz isabetli olacaktır. Bireysellik ile kolektivitenin, özgürlük ile sorumluluğun bir denge halinde sürdürülebileceğine dair toplumsal idrak biçimini bize sunmaktadır.

Acar Savran'a göre (2013:259), Rousseau'nun düşünce evreninde doğa ile tarih (toplum) birbirinden kopuk ve birbirine karşıt iki bütün olarak ve insanın doğa ile ilişkisi emeği dışarıda bırakan, dolayimsız bir birliktelik olarak kavranmaktadır. Dolayısıyla maddi üretim ve emek toplumsal ilişki biçimleri düzlemine atılmaktadır.

Bireyin toplulukla kurduğu bağ koşulsuz ve şartsızdır ve herkes gibi bütüne bağlandığı için de aslında hiç kimseye bağlanmamış olur. Bu bağlanma eksiksizliktir, tamdır ve birlik halidir. Bu 'politik bütün'dür. Bireyler yitirdiklerinin karşılığını aldıkları gibi elindekileri korumak açısından da daha güçlenmiş olurlar. Şöyle özetler toplum sözleşmesini Rousseau (2016:15):

Her birimiz bütün varlığımızı ve bütün gücümüzü bir arada genel istemin buyruğuna verir ve her üyeyi bütünün bölünmez bir parçası kabul ederiz.

Birlik sözleşmesinde kişilerin varlığından ziyade toplantıdaki oy sayısı kadar üyesi olan tüzel ve kolektif bir bütün meydana gelir. Sözleşme bu bütüne ortak benlik verir. Birleşmeyle oluşan tüzel kişiye 'cumhuriyet' veya 'politik bütün' adını veren Rousseau (2016:15), politik bütünün üyeleri edilgin olduklarında 'devlet' (tüzel kişiliğe sahip akıl yapısı), etkin olduklarında 'egemen varlık' ve diğer devletler karşısında 'egemen' niteliği aldığını belirtir. Ayrıca, politik bütünün ortağı olarak 'halk', egemen gücün birer üyesi olarak 'yurttaş', devletin yasalarına boyun eğenler olarak da 'uyruk' terimlerini kullanır.

Böylece Rousseau'nun düşüncesinde toplum, kolektif bir bütünü bize verir. Sivil toplum anlayışı da politik bütün olarak karşımıza çıkar. Özellikle 'bağ' sözcüğü anahtar terimler arasında sayılabilir. Toplumsal bağı inşa eden emeğe, üretkenliğe, karşılıklılığa dikkati çeker ancak çok derinlikli üzerinde durmaz. Zira onun için önemli olan toplumsal düzenin nasıl daha adil, eşit ve özgür şekilde tesis edileceğidir.

Egemen varlık/politik bütün, varlığını sözleşmenin kutsallığına borçlu olduğu için ne ilk sözleşmeye aykırı davranabilir ne kendinden bir parçayı başkasına geçirebilir ne de başka bir egemen varlığın buyruğuna girebilir. Egemen varlığın var olmasına gerekçe sözleşmedir. Bu birlik sözleşmesi, kamu ile tek tek bireyler arasında bir söz borcuna dayanır ki bu sözleşme her bireyin sanki kendi kendisi

ile yaptığı bir sözleşme gibidir. Birey hem egemen varlığın üyesi olarak diğer bireylere karşı hem de devletin üyesi olarak egemen varlığa karşı bağlanmış olur (Rousseau 2016:16).

Egemen varlık uyruklarının bağlılığını güven altına almak zorundadır. Bu ortak çıkarın genel irade ile birlikteliği için son derece önemlidir. Toplum sözleşmesi karşılıklı bağlılığa ve bağımsızlığa dayanan, karşılıklı sorumlulukların/ödevlerin yerine getirilmesi ile toplumsal kontrolü sağlayan bir sistem gibidir. Toplum bağlılığı diğer bağlılıklardan, ortak/genel çıkar, diğer çıkarlardan her zaman üstün görülür.

İnsan toplum haline gelirken doğal durumdaki özgürlüğünü, şeyler üzerindeki sınırsız hakkını kaybetmiştir. Ancak toplumsal özgürlük ile elindeki şeylerin sahipliğini kazanmıştır. Ortaya bir denkleştirme çıkmıştır. Ayrıca insanın kendi kendisinin efendisi yapan ‘manevi’ özgürlük de başka bir kazanımı olmuştur. Rousseau (2016:18-19), *“Salt isteklerin itişine uymak kölelik, kendimiz için koyduğumuz yasalara boyun eğmekse özgürlüktür”* sözüyle de ortak yasalara uymanın, yasalar karşısında herkesin eşit ve aynı zamanda özgür olduklarını dile getirmeye çalışır. Dolayısıyla, bireylerin katkılarının olmadığı, yani başkalarının yasalarına boyun eğmeleri köleliktir. Kendi yasasında, kendisinden de bir pay vardır, hak vardır, rıza vardır, dolayısıyla boyun eğmesi aynı zamanda onun özgürlüğüdür. Politik bütün bunun bir ifadesidir. Aslında Durkheim’in daha sonra ortaya atacağı ‘kolektif bilinç’ de buna işaret eden terimlerden sayılabilir. Bunu biraz açmak yararlı olacaktır.

Durkheim (2019:26), Rousseau’nun toplumu yapay bir ürün olarak kavradığını, insanın doğal olarak ona ihtiyaç duymamakla birlikte toplumun belli bir düzenlilikte işleyen sistem teşkil ettiği fikrinde olduğunu öne sürmüştür. Bir taraftan toplumun akıl ürünü, diğer yandan bir organizma olarak kavramsallaştırılması birbiriyle çatışan iki fikir olarak Rousseau’nun zihninde yer edindiğini de not ederek aynı zamanda bu iki farklı fikrin onun zihninde sıkı bir dayanışma içinde olduğunu vurgulamıştır. Böylece Durkheim (2019:27), Rousseau’nun toplum felsefesinde (sosyoloji) ve siyasal öğretisinde hakim olan ikili bir bakışın nasıl korunduğunu dile getirmiş olur: bir yandan doğa durumu teorisinde temellenen bireyci prensip, diğer yandan toplumun organik kavranışında temellenen toplumcu prensip. Çelişkili gibi görünse de Durkheim bireylerin üzerinde ve onların dışında var olan toplum kavrayışını doğurduğunu savunmuştur. Nitekim bu yöndeki toplum tahayyülü Durkheim’in sosyolojisinde genel bir eğilim olmuştur. Egemen varlıkla ilgili Rousseau’nun ortaya attığı fikirler bunu daha anlamlı bir çerçeve temeli sunmaktadır.

Egemen varlık Rousseau’ya göre ulusun bütünüdür ve onu oluşturanlar arasında da ayırım yapmaz. Egemen işlem bu noktada üst olanın asta değil,

bütünün kendi üyelerinden her biriyle yaptığı sözleşmeye, yani yasaya uygun bir sözleşmedir ki bu toplumcu, ortak bir sözleşmedir (Rousseau, 2016:30). Keza egemen varlık, genel sözleşmenin sınırlarını aşamaz nitelikte görülür. Şunu belirtir Rousseau (2016:32):

Toplum sözleşmesinin amacı, sözleşmeyi yapanların korunmasıdır. Amacı isteyen araçları da ister; bu araçlarsa birtakım tehlikelerden, hatta birtakım kayıplardan ayrılmaz. Başkalarının zararına kendi yaşamını korumak isteyen, gerektiğinde yaşamını onlar için gözden çıkarmalıdır.

Bu aynı zamanda toplum sözleşmesinin birey üzerinde tutulması, bireyin toplumsal birlikteliğe feda edilmesi anlamını da taşır. Yapının belirleyiciliğine yüklenilen bu yüksek anlam, toplumsal düzenin korunmasına yönelik bir hassasiyeti taşıma gerekçesiyle ortaya konulmuş olabilir. Durkheim'in toplumu bireyin üzerinde gören yaklaşımına dair değerlendirmesine de ışık tutmaktadır.

Rousseau'nun düşünce evreninde devletin politik bütünün edilginliğindeki bağı da mal mülk konusundaki haklar vasıtasıyla yasada ortaya çıkmaktadır. Örneğin devlet, toplum sözleşmesi ile bütün üyelerinin mallarına sahiptir, zira kamunun mal sahipliği daha güçlüdür. Her insanın kendisine gerekli olan üzerinde hakkı olmakla birlikte onu sahiplenici yapan işlemin, yani mülk düzeninin işlemidir.

Rousseau (2016:21-22), toplum düzenine temel olan düşüncesini şöyle özetler:

Temel sözleşme, doğal eşitliği ortadan kaldırmak şöyle dursun, tam tersine, doğanın insanlar arasına koyduğu maddesel eşitlik yerine manevi ve haklı bir eşitlik getirir. İnsanlar güç ve zekâ bakımından olmasalar da sözleşme ve hak hukuk yoluyla eşit olurlar.

Görüldüğü gibi Rousseau, maddesel bir eşitlikten söz etmemektedir. Onun eşitlik anlayışı sözleşme esasına göre oluşan eşitliktir. Söz gelimi yasa karşısında herkesin eşit olmasıdır. Bu aynı zamanda pozitif hukukun da önemli prensiplerinden biri olacaktır. Yani, keyfiyete izin vermeyen, yasa ile düzenlenmiş rasyonel, kolektif bir birlikteliği işaret eder. Ayrıca ona göre kötü yönetimlerde eşitlik sadece görünüştedir ve aldatıcıdır. Zira kötü olarak nitelendirdiği yönetimlerdeki eşitliğin görünüşte kaldığını, yoksulu yoksulluğunda bıraktığı gibi zengini de zengin olarak korumakta ve yasalar zenginin lehine işlemektedir.

Mal mülk sahiplerindeki eşitsizlik kötü yönetimlerde yasa dolayısıyla zararlı hale dönüştürülebilmektedir. Buna karşın Rousseau, toplum halinde, hem ihtiyacı kadar sahipliği yararlı hem de gereğinden fazlasını (örneğin artı-değeri) zararlı görür. Dolayısıyla bir denge fikri söz konusudur. Denge ve ölçülülük düşüncesi,

Rousseau'nun çözümlemelerinde sıklıkla karşılaştığımız bir boyuttur. Hatta kendisinin matematiksel toplumsal düzen formülasyonu da vardır.

Devletin güçlerini yalnızca genel istemin/genel iradenin devletin kuruluş amacına, yani herkesin iyiliğine uygun şekilde yönetebileceğini savunan Rousseau (2016:23), özel çıkarlar arasındaki anlaşmazlıklardan ortaya çıkan toplumun benzer çıkarlar arasında bir anlaşmaya da dayandığını belirtir. Birbirinden ayrı çıkarlar arasındaki ortaklığın toplumsal bağı kurduğunu, dolayısıyla toplumun da bu “ortak çıkar” açısından yönetilmesi gerektiğini dile getirir. Genel irade eşitlikten yanadır ve bu ortak çıkarı temsil eder.

Halk oyunun yürütülmesi olan egemenlik, hiçbir zaman ve şekilde başkasına geçirilemez; kolektif bir varlık olan egemen varlığı da ancak kendisi temsil edebilir. Ona göre iktidar başkasına geçse bile irade geçemez. Ayrıca ona göre egemenlik bir bütündür ve bölünemezdir. Güç ve irade, yasama gücü, yürütme gücü, vergi, adalet ve savaş hakları gibi parçalara bölünemeyeceğini savunur.

Genel irade ortak yararı gözetir. Genel her zaman doğru ve kamu yararına yönelik olmasına karşın halkın kararları her zaman bu yönde olmayabilir, zira halk aldatılabilir. Bu noktada halk neylerse doğru mu eyler sorusu akla gelebilir. Rousseau'ya (2016:27) göre yeterince aydınlanmış halk almada, oylamada her zaman genel irade doğar ve oylama yerinde oylama olur. Herhangi küçük ayrılığın görüşü hâkim olursa eğer o zaman o genel değil özel görüş olur.

“Bizi topluma bağlayan verilmiş sözler, salt karşılıklı oldukları için zorunludurlar” ifadesini kullanan Rousseau (2016:29), herkesin birbirinin mutluluğunu istediği, diğer bir ifadeyle herkesin ‘herkes’ sözcüğünü kendine mal etmediği anonim bir ortaklığın hak eşitliğini ve adaleti işaret ettiği bir genel iradede söz edilebileceğini savunur. Ortak çıkarın kriteri esasında adalettir. Genel iradenin her türlü işlemi yurttaşları eşit şekilde bağlar veyahut kayırır.

Toplum sözleşmesine politik bütünün varlık ve yaşam verdiğini yasamanın ise ona hareket verip sistem kazandırıldığını dile getiren Rousseau (2016:34-35), yalnızca akıldan çıkan evrensel bir adaletin var olduğunu ve bunun da karşılıklı olması gerektiğini belirtir. Adalet yasaları ise doğal yürütme güçleri ile etkili hale gelir. Bütünün eksiksiz olması için yasalara ihtiyaç vardır ve bu yasalar geneldir. Kişiye göre yasa olmaz. Yasalar genel iradenin işlemleri olarak kabul edilir ve hukukun tesisinde meşruiyet genel irade ile sağlanır. Günümüzde de hukuk alanında kararlar millet/genel irade adına alınır ve esasında keyfiyeti aşacak şekilde ortak iyiyi, ortak iradeyi işaret eder.

Yasalar, toplum halinde birleşmenin koşullarını içerir ve onları koruyan halk onlara boyun eğebilir. Yasa, iradenin genelliği ile konunun genelliğini bir araya getirir ve bu yüzden bir kişinin kendi başına verdiği buyruklar yasa olmaz. Egemen varlığın bile bir konuda verdiği buyruk yasa değil sadece kararname

olduğunu belirten Rousseau'ya göre yasayla yönetilen her devletin cumhuriyet olduğunu dile getirir (2016:36). Onun fikrine göre bir hükümetin yasal olması için egemen varlıkla aynı olmasından ziyade onun vekili olması gerekir. Politik bütünün en yüksek noktasına ulaşabilmesinin yolu akılla iradenin birleşmesinden geçmektedir (Rousseau, 2016:37).

Uluslara uygun yasaların ortaya çıkarılması gerektiğini savunan Rousseau (2016:37), insanlara yasalar vermek için tanrılar gerektiğini, insanların bütün tutkularından uzakta bir zekâya ihtiyaç duyulduğunu belirtir. Ona göre yasacı makineyi bulan mühendistir, kralısa onu kurup işleten işçi gibidir. Yasacı, halka yol gösteren üstün zekâlı bir bilgedir. *“Sıradan insanları aşan bu akıl, insan ölçülülüğünün yola getiremediği kimseleri tanrısal güçle zorlamak için, yasacının kararlarını ölümlülere söylediği akıldır.”* (2016:40).

Bilge bir yasacının iyi yasaları halkın nasıl karşılayacağını bilmesi ve araştırması gerektiğini, iyi yasaları hoş karşılamayan ulusların olumsuz akıbetinden, karşılaşılan güçlüklerden bahseden Rousseau, şu telkinde bulunur uluslara (2016:42):

Bir ulus barbar kaldığı sürece özgürlük elde edilebilir ama, uygarlık yayı gücünü kaybetti mi, özgür olamaz artık. O zaman ayaklanmalar yıkabilir, devrimler bile yeniden ayağa kaldıramaz onu. Kölelik zincirleri kopar kopmaz, halk dağılır, var olmaktan çıkar: Artık ona gereken, bir kurtarıcı değil, bir efendidir. Ey özgür uluslar! Şu özdeyişi aklınızdan çıkarmayın: Özgürlük elde edilebilir ama kaybedildi mi, bir daha ele geçmez artık.

Doğa nasıl insanlara birtakım sınırlar koymuşsa devletin de işleyişi bakımından bazı sınırları var olduğunu öne sürer. Her politik bütünün uzanabileceği sınırlar vardır. Ona göre genel olarak küçük bir devlet büyüğe oranla daha güçlüdür. Zira coğrafya genişledikçe ve uzaklık arttıkça yönetim yükü de ağır olabilmektedir. Politik bütünün biri toprağın genişliği, diğeri halkının nüfusu olmak üzere iki türlü ölçüye vurulabileceğini, devletin gerçek büyüklüğünün bu iki ölçü arasındaki elverişli oranla mümkün olması gerektiğini dile getirir. Zira devlet, insanlar tarafından kurulmuştur ama insanları da toprak beslemektedir. Halkın geçinmesine yetecek miktarda toprak ve toprağın besleyeceği kadar da insanın bulunması istenilen orandır ona göre. Toprak yeter ölçüde değilse ulus başka alternatiflerle uzmanlaşıp ayakta kalabilmelidir. Aksi takdirde başkalarının buyruğu altına girme riski vardır. Özgür kalabilmesi için ya çok küçük olmalı ya da çok büyük, başka yol yoktur. Bir ulusa yasalarla düzen vermenin dışında bolluk ve barış içinde yaşamaya da gayret etmelidir. Zira bunalım zamanlarındaki bir savaş veya bir ayaklanma devleti çökertebilir. Yasa koymaya elverişli ulus ise soy birliği, çıkar birliği veya sözleşmeyle birbirine bağlanmış, kökleşmiş törenleri olan ama kör inançları olmayan, zengin ya da

yoksul olmayan, eski bir ulusun dayanıklılığı ile yeni bir ulusun uysallığını birleştiren ulustur. Ki buna uygun olabilecek tek örnek ona göre o zamanın Korsika adasıdır (Rousseau, 2016:43-48).

Her yasama sisteminin özgürlük ile eşitliği sağlamak olduğunu, eşitlik olmadan özgürlük olmayacağını dile getiren Rousseau, eşitliğin; güç ve zenginliğin herkes için aynı derecede olmadığını, bu gücün zorbalığa kaçmaması, yasalar gerektirdikçe kullanılması olduğunu belirtir. Keza eşitlikten “*varlık bakımından da hiçbir yurttaşın ne başkasını satın alacak kadar zengin ne de kendini satmak zorunda kalacak kadar yoksul olmaması gerektiği anlaşılmalıdır*”. Bunun da büyüklerin mal mülk ve saygınlık konusunda, küçüklerin ise cimrilik ve açgözlülük açısından ölçülü olmaları gerektiğini not eder. Yasaların gücü, her zaman eşitliği sürdürmeye yönelik olmalıdır ama bu durum yöresel durumlara ve halkın öz benliğine göre değişkenlik gösterebilir. Her ulusta, herkesin ortak malı olan ilkeler dışında kendine düzen sağlayan ve kendine özgü uzmanlıkları da olabilir. Örneğin eskiden Yahudiler ve sonra Araplarca belli amaç haline gelen din, Atinalılarda edebiyat ve bilgi, Rodoslularda gemicilik, Spartalılarda savaş, Romalılarda erdem gibi... Ayrıca bir devletin temel yapısı ancak ve ancak törelere gerektiği gibi uyulduğunda gerçek ve sağlam olur. Törelere yasaların amacı ve yasacının amaçları dengeyi korumak olmalıdır, yoksa devletin yok olması kaçınılmazdır (Rousseau, 2016:48-50). Denge ve ölçülülük vurgusu eşitlik, özgürlük, güç ve yasa uygulama süreçlerinde de karşımıza çıkmaktadır.

Bütünü düzene sokmak için gerekli olan yasalar politik yasalardır, başka bir ifadeyle anayasalardır. Akla uygun olmalıdır. Yasayı değiştirmek halkın elindedir. Üyelerin birbiriyle ve bütün olan ilişkileri, insanla yasa arasındaki ilişkiler gibi ilişki biçimlerinin yanında devletin gerçek anayasasına ruhunu veren ahlak, töreler ve kamuoyudur (Rousseau, 2016:51-52).

Abramson (2017:295), toplum sözleşmesinin insana özgürlük sağladığına dair olumlayıcı tutumdan Rousseau’nun farklılaştığını, zira toplumsal ilişkilere girdiğimiz andan itibaren bağımsızlığımızı yitirdiğimizi, psikolojik açıdan başkalarının bizim hakkımızda ne düşündüğünü dikkate alarak davranmak zorunda kaldığımızı öne sürmüştür. Toplum sözleşmesinde bireysel özgürlük topluluğa feda edilebilmektedir. Rousseau’nun görünüşte adil davranıyormuş izlenimi veren durumun tahakküm edici yönüne ve yoksulların aleyhine işlediğini ileri süren savlarına yukarıda değinmiştik. Rousseau bireysel özgürlük ile toplumsal birliktelik arasında bir uyum ve denge aramaya çalışmıştır. Genel iradenin gücünün bireylerin yurttaşlık bilinci temelinde yükselen birliktelikle anlam kazanabileceğini öne sürmüştür. Bu noktada Acar Savran (2013:106) genel irade anlayışının Rousseau’nun bir taraftan egemenliğin halka verilmesini,

diğer yandan toplumsal özgürlüğün temelini teşkil ettiğini, dolayısıyla da birey ile toplumsal bütün arasındaki kopukluğun aşılmasına ve bütünsel birlik olarak toplum fikrine götürdüğünü dile getirmiştir. Yukarıda Durkheim'in dikkat çektiği ikili bakışın sentezlenmesi de bu istikametteydi. Bundan hareketle toplum sözleşmesinin ikiliği de içinde taşıyan ama bütünsellik içinde çelişkileri dengelemeye yönelik rasyonel bir tahayyüle dayandığını söyleyebiliriz.

Nasıl Bir Yönetim?

Genel hükümetin ve çeşitli hükümet biçimlerini konu edindiği 'Üçüncü Kitap'ta Rousseau (2016), yasama gücü ile yürütme gücünün birleşmesiyle oluşan politik bütünün yönetimine odaklanır. Ona göre hükümet ile egemen varlık karıştırılmamalıdır. Hükümet, egemen varlığın sadece bir aracıdır. Hükümet, egemen varlık ile yurttaşlar arasındaki ilişkileri sağlayan, yasaları yürüten, politik ve politik özgürlükleri sürdürmekle görevli, aracı bir bütündür (2016:54). Hükümet, yüksek yönetimdir ve gücünün yasal yollarla kullanılmasına dayanır. Hükümette birtakım aracı güçlerin ve bunların birbirleriyle olan oranlarından söz eden Rousseau, matematikselleştirerek bu ilişkileri açıklamaya çalışır. Onun için en önemli şey orantılılık/ölçülülüktür. Bütünün bütüne, egemen varlığın (üstün iktidar) devlete olan oranları eksiksiz olmalıdır. Hükümet bu ilişkisel oranlarda orta terimdir. Sürekli bir denge halinden söz eder. Devletin tam dengede var olması, hükümetin toplam gücü ile yurttaşların toplam güçleri arasında eşitlik olmasına bağlıdır (Rousseau,2016:54-55).

Rousseau (2016:55), terimler arasındaki oranlı ilişkiyi tanımlamak için halkın nüfusunu örnek verir:

Diyelim, devlet on bin yurttaştan oluşmuş olsun. Egemen varlık, ancak kolektif bakımdan bir bütün olarak düşünülebilir. Ama her insan yurttaş olarak bir birey sayılır. Onun için, egemen varlığın yurttaşla ilişkisi, on binin bire ilişkisi gibidir, yani devletin üyelerinden her birinin payına –baştanbaşa devlete bağlı kalmakla birlikte- egemen gücün on binde biri düşer. İsterse halk yüz bin kişi olsun, uyrukların durumu yine de değişmez; her biri yine yasaların bütün gücünü taşır. Oysa uyrukların yüz binde bire düşen seçim oyu, yasaların kaleme alınmasını on kat daha az etkiler. Uyruk hep bir tek kaldığı için, egemen varlığın ilişkisi yurttaş sayısı ölçüsünde artar ve sonunda devlet ne kadar büyürse, özgürlük o kadar azalır.

Onun yukarıdaki bu açıklaması, egemenliğin tesisi ve meşruluğu açısından son derece önemli ve farklı teorik tartışmalara kaynaklık eden belirlemeler taşımaktadır.

Rousseau'nun gerek genel tezleri gerekse yukarıdaki ifadesi siyasal iktidarın meşruluğu konusundaki demokratik teorilere kaynaklık edecek fikirler

manzumesidir. Özellikle hem milli egemenlik teorisi hem de halk egemenliği teorisine referans teşkil etmesi bakımından son derece ilginçtir.

18.yüzyılda iktidarın meşruluk kaynağını gökyüzünde ve Tanrı iradesinde değil de yeryüzünde arayan fikirlerin öncülerinden biri de Rousseau'dur. Ayrıca kendisi 1789 Fransız Devrimi etkileyen ve Fransız pozitif hukukuna yerleşen ve zamanla diğer ülkelere yayılan milli egemenlik doktrinin kurucu isimlerindendir. Bu nokta Türkiye bağlamında da önemlidir. Zira Türkiye'nin 1924, 1961 ve 1982 Anayasalarında bu ilke benimsenmiştir. Milli egemenlik teorisini ulusun/milletin insanların kişiliğinden ayrı bir kişiliği vardır ve egemenliğin tek meşru kaynağı ulustur. Manevi bir kişilik olarak ulusun egemenliği 'milli irade' ile tarif edilir. Milli irade ise temsilciler tarafından kullanılır. Esasında milli egemenlik teorisi, egemenlik anlayışına bir yenilik getirmez, geleneksel niteliğine yeni bir şey katmaz. Geçmişte egemenlik nasılsa yine olduğu gibi kabul eder. Çünkü üstündür, mutlak, sınırsız iradedir, bölünemez, başkasına devredilemez. Değişen şey, egemenliğin sahibi ve öznesidir. Yani eskiden krala ait olan egemenlik tacı, onun başından alınmakta ulusun/milletin başına oturtulmaktadır. Bu fikirlerin embriyonik hali Rousseau'da bulunur. Kişilerin iradelerinin birleşmelinden ortaya çıkan, ama kişilerin iradelerinin toplamından da ibaret olmayan, onlardan ayrı ve onlardan üstün, kendine özgü varlığı olan, kolektif nitelikli ve 'ortak benlik' ifade eden 'genel irade' kavramı, milli egemenlik teorisinin temelini oluşturur. Genel irade pratik açıdan oylama sonucu oluşur ve her daim oybirliği sağlanamayacağı için çoğunluğun iradesi geçerli sayılır. İçinde azınlığın da iradesi vardır. Zira genel irade ortak iyiliğe, ortak çıkara dayalıdır ve hiçbir zaman yanılmaz, doğru yolu bulandır (Kapani, 2008:77-79).

Milli egemenlik teorisinden farklı olarak 'halk egemenliği teorisi'nde ise egemenlik (üstün iktidar), soyut bir bütün olarak manevi kişilikteki ulusa değil, somut olarak belirli bir zamanda milli/ulusal topluluğu meydana getiren vatandaşlar kitlesine egemenliğin verilmesi söz konusudur. Her ikisinin fikir kaynağı yine Rousseau'dur. Yukarıdaki pasajdaki kendi ifadeleri halk egemenliğine işaretler. Verdiği oran sistemine göre egemenlik yurttaşlar arasında pay edilmekte, her bir yurttaş/vatandaş bölüştürülen parçaların birleşmesinden oluşan egemenliğe hem sahiptir hem de kendi payına düşen parçaya sahiptir. Yani egemenlik manevi kişiliğe, temsilciye değil, doğrudan doğruya halka aittir (Kapani, 2008:79-80).

Bu iki anlayış Fransız kamu hukukçuları tarafından sıkça tartışılmıştır. Her birinin pratik uygulamada farklı sonuçları söz konusudur. Örneğin halk egemenliğinde oy kullanmak egemenliğin bir parçası olmasından ötürü bir 'hak' iken, milli egemenlik teorisinde 'fonksiyon' açısından bir 'yetki' olarak görülmüştür. Fransız Devrimi sonrası 1791 Fransız Anayasası'nda da bütün

vatandaşlara oy hakkı (genel oy ilkesi) tanınmamış, sadece bu fonksiyonu yerine getirebilen ‘yetenekli’ görülenlere verilen ‘sınırlı oy’a gidilmiştir. Devrim sonrası Kurucu Meclis milli egemenliği benimsemiş, ancak terimlerde bazı küçük değişiklikler de yapmıştır, örneğin ‘toplum’ yerine ‘ulus’/’millet’, ‘genel irade’ yerine ‘milli irade’ ifadelerine yer verilmiştir. Diğer taraftan iki anlayışın uygulanışında da farklar meydana gelmiştir. Milli egemenlikte temsilcilere ihtiyaç duyulmasından ötürü temsili sisteme gidiş söz konusu olmuştur. Halk egemenliğinde ise fiziki olarak doğrudan katılım (referandum, halkoylaması gibi) ile sağlanan yarı-doğrudan demokrasiye gidiş vardır. Diğer taraftan milli egemenlikte kuvvetler ayrılığı, ikinci meclis gibi fren ve denge mekanizmalarına rastlanabilmesine karşılık halk egemenliği sisteminde bu türden fren ve denge mekanizmalarına pek yer yoktur. Başlangıçta iki teorisi de farklı demokrasi anlayışlarını yansıtan görüşler şeklinde ortaya çıkmışlarsa da zamanla ikisinden öğeler alan karma anlayışlar/melezlikler hayata geçirilmiştir. Günümüzün pratik alanında ikisi de kaynaştırılmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrası Fransız Anayasasının hazırlanması sürecinde iki doktrinin tezleri de tartışılmış netice olarak 1958 Fransız Anayasası’nda ‘milli egemenlik Fransız halkına aittir’ ibaresine yer verilmiştir. Türkiye de bu klasik teorilerin etkisindeki milli egemenlik anlayışını kabul eden ama halk egemenliği teorisinin bazı unsurlarını alan (hak olarak görülen genel oy gibi) bir demokratik anlayışı benimsemiştir (‘Egemenlik kayıtsız şartsız milletindir’ ifadesi bu doğrultudadır). 18.yüzyılda tohumları atılan, zamanla ve pratiklerle olgunluk kazanan, demokratik meşruluğa temel sağlayan bu fikirler pozitif hukuka geçmiş ilkeler olarak günümüze nakledilmiştir (Kapani, 2008:80-82).

Rousseau’da egemenlikle ilgili fikirler soyut ve karmaşık görülebilir. Toplum üzerine görüşlerinde olduğu gibi siyasal yönetim hususunda da iki farklı egemenlik anlayışının izleri onda rahatlıkla görülebilir. Bu yüzdendir ki Rousseau, çoklu anlamlara gebe metinler ortaya koymuş ve çelişkileri de ihmal etmeyen dengeli bir toplumsal dünya tahayyülü geliştirmeye çalışmıştır. Dolayısıyla onu tek yönlü okumayla anlaşılır kılmak pekâlâ güçtür. Rousseau’yu Rousseau yapan da çoklu yorumlara açık bu fikir zenginliğidir diyebiliriz.

Sonuç

Siyasal düşünce tarihinde derin izler bırakan Rousseau bugünün toplumsal ve siyasal tartışmalarına da ışık tutan geniş bir düşünce mirası bırakmıştır. Doğa durumu ile sivil toplumu (uygarlık) iki ayrı bütünsel hal olarak kavramıştır. Doğa durumundaki eşitsizlikler ile sivil toplumdaki eşitsizliklerin muhtevasının farklı olduğuna ve özel mülkiyet ile birlikte oluşan sivil toplumdaki eşitsizliğin yaratmış olduğu çelişkilere dikkati çekmiştir. Bu noktada Aydınlanma dönemi düşüncesinin ruhuna hâkim olan “ilerlemeci” görüşün ikircikli doğasına

eğilmiştir. Ona göre özgür doğan insan toplumsal ilişkilerin belirleyiciliği çerçevesinde zincire vurulmuştur. Bunu idrak ederek, hem özgür bireyler olarak hem de toplumsal bir bütünün parçası olarak yaşayabilmenin kodlarını toplumsal sözleşmede aramıştır. Ona göre temel nitelikteki toplum sözleşmesi, hak ve hukuk yoluyla insanlar arasında eşitliği tesis edebilen bir sözleşmedir. Bu aynı zamanda onun toplumsal düzenlilikle ilgili düşüncesini de yansıtmaktadır. Denge ve ölçülülük fikri, toplumsal düzenin sürdürülmesinde öne çıkan vurgular arasındadır.

Rousseau'nun düşüncesinde birbiriyle gerilimli ve çelişkili olabilecek boyutlar arasında bir uyum veya denge kurmaya yönelik tavrın hâkim olduğunu söyleyebiliriz. Bu ikilik “ilerleme” düşüncesinde görülebileceği gibi toplum fikrinde de, toplumsal sözleşmede de benzer ikiliklerin izlerini görebilmek mümkündür. Onun düşünce dünyasında birbiriyle çarpışan nüvelerin yanı sıra bu çarpışmanın çıkış istikametini akla dayalı, bireyselliği ve birlikteliği aynı anda yürütebilecek, özgürlüğü ve karşılıklı bağlılığı sürdürebilecek bir sözleşme fikri vardır. Eğitim bu istikametteki en önemli yardımcı araçlardan biri olarak görülmüş, ailenin rolü ön plana çıkarılmış ve toplumsal sözleşmede genel iradenin egemen olduğu toplumsal bütün anlayışı ortaya atılmıştır. Bu düşünceler siyasal yönetim felsefesine önemli katkılar sunmuştur.

KAYNAKÇA

1. Abramson, J. (2017). Minerva'nın Baykuşu: Batı Siyasi Düşünce Tarihi. Çev. İ. Yıldız. 2.baskı. Ankara: Dipnot.
2. Acar Savran, G. (2013). Sivil Toplum ve Ötesi: Rousseau, Hegel, Marx. Ankara: Dipnot.
3. Çetin, H. (2008). "İktidar ve Meşruiyet". Ed. M. Türköne. Siyaset (iç.) 8. Baskı. Ankara: Lotus. Ss.35-69.
4. Durkheim, E. (2019). Rousseau ve Toplum Sözleşmesi. Çev. Ö. Bilge Kara. İstanbul:Pinhan.
5. Duman, F. (2008). "Sivil Toplum". Ed. M. Türköne. Siyaset (iç.) 8. Baskı. Ankara: Lotus. Ss.347-377.
6. Hobbes, T. (2017). Leviathan. 15. Baskı, Çev. S. Lim, İstanbul: YKY.
7. Kapani, M. (2008). Politika Bilimine Giriş. 21. Basım, Ankara: Bilgi.
8. Özipek, B. B. (2008). "Devlet". Ed. M. Türköne. Siyaset (iç.) 8. Baskı. Ankara: Lotus. Ss.71-102.
9. Rousseau, J.-J. (2016). Toplum Sözleşmesi. Çev. V. Günyol. 15. Basım. İstanbul: Türkiye İş Bankası.
10. Rousseau, J.-J. (2009). Emile. Çev. Y. Avunç. İstanbul: Türkiye İş Bankası.
11. Rousseau, J.-J. (1982). İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı. Çev. R. Nuri İleri. 2. Baskı. İstanbul: Say.

**GÖLYANI OBASI'NIN (YAĞLIDERE – GİRESUN)
GÜLEZ YÖNTEMİNE GÖRE
REKREASYON POTANSİYEL DEĞERİ**

Bilim Uzmanı Abdullah ESER¹

Doç. Dr. Eren ŞENOL²

*¹Bulancak (Giresun) Limit Eğitim Kurumları
esercografya05@gmail.com
Orcid No:0000-0002-9388-9050*

*²Giresun Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü
eren.senol@giresun.edu.tr
Orcid No:0000-0003-2510-8491*

Giriş

Doğu Karadeniz Bölümü'nün özellikle kıyı kesimi kışları ılık, yazları serin, yıl boyu yağışlı iklime sahiptir. İklim, gür bitki örtüsüne; yükseltinin kısa mesafelerde değişmesi ise bitki çeşitliliğine sebep olmuştur. Bu kültüre de yansımıştır. Yöre, doğası ve kültürü ile ülkenin diğer alanlarından ayrılmaktadır. Sahada güvenlik problemi yoktur. Bölge insanı, halk kültürünü koruma yönünde gayretlidir. Bunların önemli bir kısmı turizme karşı ilgili, yabancılara karşı hoşgörülü ve yardımseverdir. Bu koşullar ülkenin diğer bölgelerinde yaşayanlar için sahayı ziyaret edilebilir kılmaktadır. Kitle iletişim araçlarındaki ve iletişim ağındaki gelişmeler her bireyin fotoğraf çeker ve fotoğraflarını sosyal medya platformlarını kullanarak yayımlayabilir hale gelmesini sağlamıştır. Bu gelişmeler mavi ve yeşil rengin hâkim, kültürel dokunun zengin, doğa ile uyumlu yaşam tarzının egemen olduğu bu fotojenik sahaya, özellikle de bölümün kırsal alanlarına olan merakı artırmaktadır (Oda, 2021: 1).

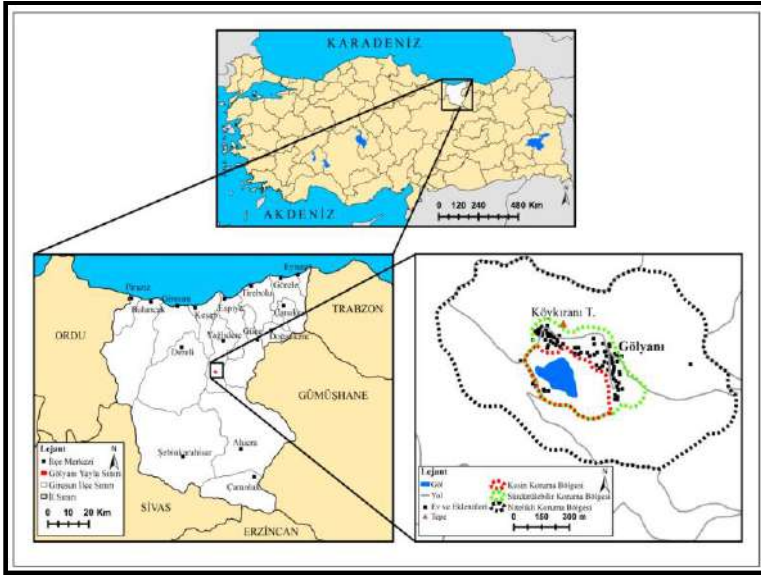
Daha çok yerli turistlerin ilgi duyduğu Doğu Karadeniz Bölümü, sanayi faaliyetleri açısından dezavantajlı konumdadır. Bunun bir yansıması olarak sosyo - ekonomik bakımdan ülke geneline oranla geride kalmaktadır. 2017 Sosyo - Ekonomik Gelişmişlik Endeksine (SEGE) göre bu coğrafi bölümün 81 il içerisinde durumu en iyi olan ili 26. sıradaki Trabzon'dur. Rize 36., Artvin 49., Giresun 53., Ordu 60., Gümüşhane 64., Bayburt ise 65. sıradadır (Acar vd., 2019:91). Yerel örgütler bu olumsuzluğun giderilmesini talep ederken, merkezi yönetimde bölgesel eşitsizliği azaltmak adına sahada var olan potansiyeli de gözeterik turizmi teşvik etmektedir. Ülke Turizm Master Planında Samsun – Hopa Arası “Yayla Koridoru” olarak belirlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı; 2007: 82-83). Plana sadık kalınarak yaylaları birleştirecek “Yeşil Yol Projesi” hazırlanmış, tartışmaları da beraberinde getiren bu projeyi hayata geçirmek adına büyükşehir statüsünde olan illerde Büyükşehir Belediyeleri, diğerlerinde ise İl Özel İdareleri yürütücülüğünde çalışmalar başlatılmıştır.

Doğu Karadeniz'e ilgi yerli turistlerle kısıtlı değildir. Son dönemlerde yabancı, özellikle Ortadoğu kökenli turistlerin de bölüme yönelmesi ile birlikte turizm sektörü hareketlenmiştir. Bu kapsamda DOKAP öncülüğünde bölgede turizme konu olabilecek alanların envanteri çıkarılmış, raporlar ilgili kurumun internet sitesinde erişime açılmış, kamuoyu ile paylaşılmıştır. İl hatta ilçe düzeyinde de envanterler hazırlanmıştır. Valilik, Kaymakamlık ve Belediyelerin resmi web sayfalarında ilin, ilçenin görülesi yerleri tanıtılmakta, hareketlenen turizm sektörü bölge illeri ve ilçeleri tarafından değerlendirilmek istenmektedir. Ancak tercih edilen yol ortaklık yerine kıyasıya rekabet şeklindedir. Her bir il, hatta il içinde ilçeler yatırımları kendilerine çekebilmek adına turizm açısından çok az potansiyel arz eden alanları dahi pazara sunmaya çalışmaktadırlar. Bu

yaklaşım talepte ilginin dağılmasına, mevcut işletmelerde karlılığın düşmesine, hizmet kalitesinin artırılmamasına sebep olmakta; yöre, ülke hatta uluslararası düzeyde marka alanlar oluşturulmasına sekte vurmaktadır. Geline bu noktada, turizm envanterinin çıkarılması kadar, bu envanter içinde potansiyeli yüksek alanların tespiti de önem arz etmektedir. Bu çalışmada turizme kazandırılması gerektiği iddia edilen, başta Doğu Karadeniz Turizm Master Planı olmak üzere (DOKAP, 2016: 613) birçok eserde (Bulut vd, 2011: 104; Bekdemir ve Sezer, 2016: 308-313); Giresun Valiliği, Yağlıdere Kaymakamlığı ve Belediyesi resmi web sitelerinde ilin önemli destinasyonlarından biri olduğu ileri sürülen Gölyanı Obası'nın rekreasyon potansiyel değerini belirlemek amaçlanmıştır.

1. Araştırma Sahasının Yeri, Sınırları ve Başlıca Özellikleri

Coğrafi bölge sistematığına göre Karadeniz Bölgesi'nin Doğu Karadeniz Bölümü sınırları içerisinde kalan Gölyanı Obası, idari açıdan Giresun ili, Yağlıdere ilçesi Yeşilpınar köyüne bağlıdır. $40^0 38' 13''$ Kuzey enlemi ile $38^0 36' 38''$ Doğu boylamının kesişme noktası ve bu noktanın yakın çevresini kapsayan sahanın yüz ölçümü yaklaşık olarak 150 hektar (1500 dönüm) kadardır (Şekil 1-2).

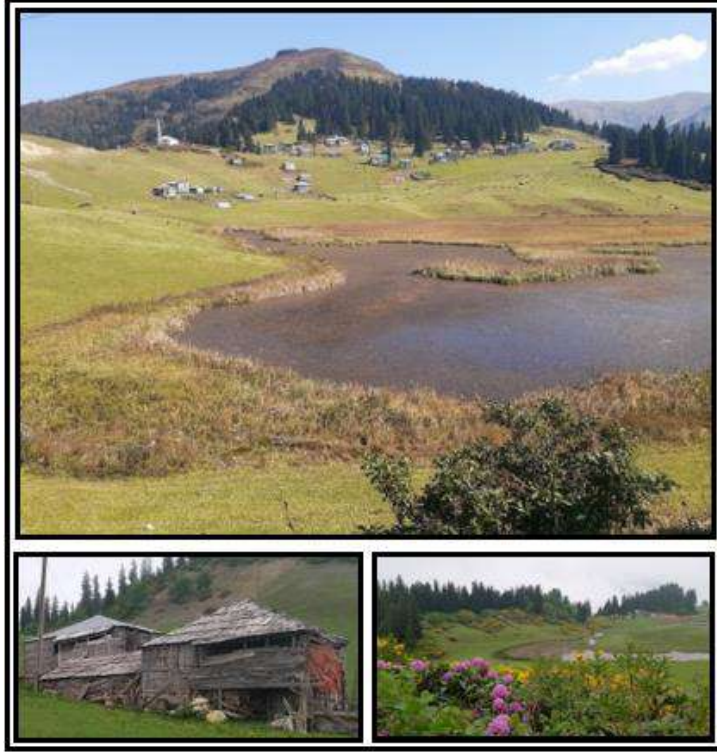


Şekil 1. Gölyanı Obası'nın Lokasyon Haritası.



Şekil 2. Gölyanı Obası'nın Yağlıdere ilçe merkezi ve Günlük Yaylalarına göre konumu (Google Earth).

Gölyanı Obası, ladin ağaçları, sarı ve mor çiçekli orman gülleri, hartama çatılı geleneksel yayla evleri, hemen bu evlerin yakınında yer alan göl varlığı ile çevredeki diğer yayla ve obalardan ayrılmaktadır (Fotoğraf 1). Etkileyici bir görünüme sahip olan, 30 Haziran 2005 tarihinde “Üçüncü Derece Doğal Sit Alanı”; 13 Mayıs 2020 tarihinde yayınlanan Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile de “Kesin Korunacak Hassas Alan” ilan edilen (Resmi Gazete, 2020: 35) bu obanın yükseltisi 1500-1900 m arasında değişmektedir. Giresun il merkezine uzaklığı 90 km civarındadır. Burası Sınırköy sakinlerinin kabaca 15 Mayıs- 15 Haziran arası yaylaya çıkarken; 15 Eylül – 30 Ekim arasında da yayladan inerken hayvanlarını otlatmak amacı ile yararlandıkları güzle (= mezere, barla) yerleşmesidir.



Fotoğraf 1. Gölü, merası, sarı-mor çiçekli orman gülleri ve geleneksel yayla evleri ile Gölyanı Obası.

2. Amaç, Malzeme, Yöntem

Doğu Karadeniz Bölümü’nde turizmi geliştirmeye yönelik çabalar, son dönemlerde Ortadoğu ülkelerinden gelenlerin de sahaya ilgi göstermesi ile farklı bir boyut kazanmıştır. Bölge genelinde potansiyel arz eden alanlar belirlenmeye, turizme kazandırılmaya çalışılsa da pastadan büyük payı markalaşan Sümela Manastırı, Uzungöl, Ayder Yaylası, Maçahel yöresi almaktadır. Giresun özelinde Bektaş, Kümbet, Kulakkaya Yaylaları, Giresun Adası ve Giresun Kalesi uğrak yerleri içerisinde yer almaktadır. Eldeki çalışmada “Gölyanı Obası bu rekabette kendisine yer bulabilir mi?” sorusuna “Gülezer yöntemi” ile cevap aranmıştır. Sahanın envanteri yerine potansiyeline odaklanılmıştır.

Gülezer yönteminde rekreasyon potansiyeli olan sahalar; peyzaj değeri (P), iklim (İ), ulaşılabilirlik (U), rekreatif kolaylık (R) ve olumsuz etkenler (OSE) dikkate alınarak 100 üzerinden puanlanmaktadır.

RP	=	(P + İ + U + R) - (OSE)
RP	=	Rekreasyon Potansiyeli
P	=	Peyzaj Değeri
İ	=	İklim Değeri
U	=	Ulaşılabilirlik Değeri
R	=	Rekreatif Kolaylık Değeri
OSE	=	Olumsuz Etkenler Değeri

Toplam puan değeri 30'un altında olan yerler "çok düşük", 30-45 arasındakiler "düşük", 46-60 arasındakiler "orta", 61-75 arasındakiler "yüksek", 75 üzerindeki ise "çok yüksek" potansiyelli alanlar olarak sınıflandırılmaktadır (Güleç, 1990: 139).

Gölyanı Obası'nın rekreasyon potansiyel değerini tespit için veriler daha çok arazi çalışmaları ve sahada gözlem yapılarak toplanmıştır. Verilerin bir kısmı da literatür taraması ile derlenmiştir. Bu kapsamda önce rekreasyon ve turizm, devamında Güleç yöntemi, sonrasında ise Giresun çevresi yaylacılık faaliyetleri ve Gölyanı Obası ile ilgili akademik yayınlar, kitaplar, tezler, makale ve bildiriler incelenmiştir. Kamu kurum ve kuruluşlarına başvurulmuş ve sahaya ilişkin veri talebinde bulunulmuştur. İklim verileri Giresun Meteoroloji Müdürlüğü'nden, nüfus verileri Türkiye İstatistik Kurumu'ndan (TÜİK), proje raporu Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği İl Müdürlüğü'nden, G41d1 ve G41d2 numaralı topografya paftaları Harita Genel Müdürlüğü'nden (HGM) temin edilmiştir. Ayrıca Google Earth görüntülerinden faydalanılmıştır. Muhtelif dönemlerde çalışma sahasına gidilmiş, arazi inceleme ve gözlemleri yapılmış, oba sakinleri ile görüşülmüştür. Lokasyon haritası ARGIS yazılımının alt yapısı kullanılarak hazırlanmıştır. Araştırma sahasının doğal ve beşeri çevre özellikleri coğrafya biliminin konu sistematığına ve ilkelerine göre, insan –mekân etkileşimi ön planda tutularak, betimsel analiz yapılarak metne dönüştürülmüştür.

3. Gölyanı Obası'nın Ekoturizm Potansiyelinin Güleç Yöntemine Göre Değerlendirilmesi

3. 1. Güleç Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın Peyzaj Değeri

Güleç yönteminde "peyzaj değeri"; alanın büyüklüğü, bitki örtüsü, eğim –engebe derecesi, görsel kalitesi ve diğer özellikleri belirlenen limitlere göre puanlanarak hesaplanmaktadır. Ölçekteki ağırlığı 100 üzerinden 35 (%35) puandır (Tablo 1).

Güleç yönteminde alanı 10 hektarı aşan yerlerin puan değeri "4" olarak belirlenmiştir. Gölyanı Obası 150 ha büyüklüğündedir. Bu bağlamda Gölyanı Obası'nın "alan büyüklüğü" kapsamındaki puan değeri 4'tür.

Güleç yönteminde bitki örtüsü ile talep arasındaki ilişkiye dikkat çekilmiştir. Ağaç, çalı ve çayırın birlikte bulunduğu alanlar en yüksek; bunların bir veya birkaçının olmadığı alanlar ise daha düşük derecelerden puanlandırılmıştır.

Gölyanı Obası, göl çevresinde çayır, onun etrafında iğne yapraklı ormanlarla kaplıdır. Orman altı florası zengindir. Bu kapsamda 7 veya 8 puan verilebilmektedir. Gölyanı Obası'na "bitki örtüsü" kapsamında çayır alanlarının güür, orman dokusunun sık ve yıl boyu yeşil kalan ibreli ağaçlardan oluşması dikkate alınarak verilebilecek puanın en yüksek limiti olan "8 puan" uygun görölmüştür.

Su; hem bazı sportif faaliyetlere imkân sunmakta, hem psikolojik olarak rahatlama sağlamakta, hem de peyzajı zenginleştirmektedir. Bu avantajlar su kenarlarını rekreasyonel faaliyetler için tercih edilen mekânlara dönüşmektedir. Gülez yönteminde su ile talep arasındaki ilişki dikkate alınarak deniz kıyıları en yüksek; göl, akarsu ve dere kıyıları daha düşük derecelerden puanlandırılmış; göl kenarları 6-7 puan ile sınırlandırılmıştır. Gölyanı Obası'na; gölün sığ, göl aynasının küçük olması, amatör balıkçılık da dâhil olmak üzere su sporlarına izin vermemesi gibi faktörler dikkate alınarak verilebilecek puanın alt limiti olan "6 puan" uygun görölmüştür.

Gülez yönteminde rekreasyonel faaliyetler kapsamında arazinin düz ve düze yakın olması pozitif bir durum olarak değerdendirilmiştir. Verilebilecek puan orta engebelden düz araziye doğru 1'den 5'e derecelendirilmiştir. Gölyanı Obası göle doğru çanaklaşan az eğimli bir arazi yapısına sahiptir. Bulunduğı yörenin çok eğimli ve engebeli yapısı dikkate alındığında çevresine göre daha tercih edilebilir alana dönüşmektedir. Bu sebeple ortalamanın üstü olan "4 puan" uygun görölmüştür.

Gülez yönteminde peyzaj değerdini tespititte görsel kaliteye yer verilmiştir. Panoramik görüntü almaya imkân verme en üstün özellik olarak kabul edilmiş, puanı sahanın genel estetik değerdinden dahi üstün tutulmuştur. Gölyanı Obası, sırta yer alması nedeni ile çevreye hâkim konumdadır. Panoramik görüntü alma kapsamında avantajlıdır. Ahşap evleri ile zihinlerde yaşayan / yaşatılan geleneksel Karadeniz yayla mimarisini günümüze taşımayı başarmış ender yerlerden biridir (Fotoğraf 2). Göl ve bitki örtüsü varlığı da görsel kalitesini artırmaktadır. Fotoğrafçıların ve il merkezinde faaliyet gösteren iki fotoğrafçılık derneğinin (GİFOD: Giresun Fotoğrafçılar Derneğı; GEZFOD: Gezgin Fotoğrafçılar Derneğı) uğrak mekânları arasında olan Gölyanı Obası'na yukarıda sıralanan özellikler de dikkate alınarak bu kategoride verilebilecek puanın en üst limiti olan "4 puan" uygun görölmüştür.

Gülez yönteminde peyzaj değeri kapsamında sahanın birden fazla çekici değerdinin olması önemsenmiştir. Ek unsurların varlığı 1 ila 6 arasında puanla derecelendirilmiştir. Gölyanı Obası, Yağıldere - Gölyanı güzergâhı boyunca görölen taş kemer köprüleri kapsam dışı bırakırsak özel önem arzeden tarihi yapılardan yoksundur (Fotoğraf 2). Kültürel açıdan önemli bir olayın sahnesi de

değildir. Ancak, Doğu Karadeniz'in çoğu yaylası çarpık yapılaşma ile karşı karşıyadır. Geleneksel yayla evlerini görme imkânı pek kalmamıştır. Gölyanı Obası, bu yönü ile diğerlerinden ayrılmaktadır. Ayrıca bazı endemik bitki ve hayvan türlerinin yaşam alanıdır. Sarı ve mor çiçekli orman güllerinin bir arada görüldüğü ender yerlerden biridir. Bu özellikler dikkate alınarak “diğer özellikler” kapsamında ortamın bir üstü olan “4” uygun görülmüştür.



Fotoğraf 2. Gölyanı Obası'nın peyzaj değerini artıran unsurlara iki örnek:

Çatısı hartama kaplı geleneksel yayla evleri ve taş kemer köprüler.

Gülezyönteminde herhangi bir yerin peyzaj değeri kapsamında alabileceği maksimum puan 35'dir. Yukarıdaki açıklamalar kapsamında Gölyanı Obası'nın “peyzaj değeri” puanı “30” olarak hesaplanmıştır.

Tablo 1. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın Peyzaj Değeri

Ana Kriterler	Alt Kriterler	Max. Puan	Gölyanı Obası'nın Puanı
Alanın Büyüklüğü	10 ha'dan büyük	4	4
	5 – 10 ha.	3	
	1 – 5 ha	2	
	0,5 – 1 ha.	1	
Bitki Örtüsü	Ağaçlık, çalılık, çayırılık	7-8	8
	Yalnız ağaçlık ve çalılık	6,7	
	Çalı, çayır, seyrek ağaç	5-6	
	Çayırılık ve seyrek ağaçlık	4-5	
	Yalnız çalılık ve çayırılık	3-4	
	Çalılık, seyrek ağaçlık	2-3	
	Yalnız çayırılık	1-3	
Konum	Deniz kıyısı	7-8	6
	Göl kıyısı	6-7	
	Akarsu kıyısı	4-5	
	Dere kıyısı	1-4	
Yüzeysel Durum	Düz alan	5	4
	Hafif dalgalı	4	
	Az meyilli, yer yer düzlük	3	
	Az engebeli	2	
	Orta engebeli	1	
Görsel Kalite	Panoramik görünüm	3-4	4
	Güzel görüş ve vistalar	2-3	
	Genel görsel, estetik değeri	1-3	
Diğer Özellikler	Örneğin anıt ağaç, mağara, tarihsel ve kültürel değer, yaban hayvanları, kuşlar vb.	1-6	4
Toplam		35	30

3. 2. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın İklim Değeri

Gülez yönteminde, herhangi bir sahanın rekreasyon potansiyeli bağlamında iklim değerini tespit için açık alanların daha çok tercih edildiği yaz dönemine

ilişkin sıcaklık, yağış, rüzgar ve bulutluluk değerleri dikkate alınmaktadır. Ölçekteki ağırlığı %20'dir (Tablo 2).

Gülezer yöntemi bazı kriterlerin puanlanmasında araştırmacıya esneklik sağlamaktadır. İklim konusunda ise aynı esneklik söz konusu değildir. Burada metrik değerin karşısındaki puan ile değerlendirme durumu söz konusudur. Her alanda istasyon bulunmaması, varsa da bazı özelliklere dair ölçüm yapılmaması iklim değerinin belirlenmesini güçleştirmektedir. Benzer durum Gölyanı Obası için de geçerlidir. Buraya en yakın gözlem istasyonu Sınırköy'dedir. Obaya göre rakımının düşük kalması, rasat süresinin kısa olması ve güneşlenme ile rüzgâr hızına dair ölçüm yapılmaması Gölyanı Obası'nın Gülezer yöntemi kapsamında iklim değerininin tespitini güçleştirmekte; öte yandan genel değerlendirme yapmayı mümkün kılmaktadır.

Sınırköy'de yaz ayları sıcaklık ortalaması 16,8 °C'dir [(16,2 + 17,1 + 17,0) / 3]. Durgun havada her 200 m yükseldikçe sıcaklık 1 °C azalmaktadır. Sınırköy ile Gölyanı Obası arasındaki 500 m'lik rakım farkı dikkate alınarak Sınırköy'ün yaz sıcaklık ortalamasından 2,5 °C çıkarıldığında Gölyanı Obası için 14,3 °C değeri ile karşılaşılır. Konu bu açıdan değerlendirildiğinde Gölyanı Obası, Gülezer yöntemine göre sıcaklık kriteri kapsamında puan alamamaktadır.

Sınırköy yıllık ortalama 862 mm yağış almaktadır. Bunun %20,4'ü (71,0 + 61,9 + 43,0 = 175,8 mm) yaz döneminde düşmektedir. Schreiber formülüne göre her 100 m yükseldikçe yağış miktarı 54 mm artar. Bu yaklaşım esas alındığında 500 m. yukarıdaki Gölyanı Obası'nın 270 mm daha fazla yağış alması beklenir. Bunun %20,4'ü yaz döneminde düştüğü kabul edildiğinde yaz ayları yağış toplamına 55,1 mm daha eklemek gerekir. Nihayetinde Gölyanı Obası için yaz dönemi ortalama yağış miktarı 230,9 (175,8 + 55,1) olarak hesaplanır. Bu hesaplamalara göre Gölyanı Obası, Gülezer yöntemine göre yağış kriteri kapsamında 4 puan almaktadır.

Sınırköy istasyonunda rüzgâr hızı ve güneşlenme süresi ölçümü yapılmamaktadır. Yöre insanlarının ifadeleri dikkate alınarak güneşlenme kapsamında 3, rüzgâr hızı kapsamında ise "1" puan verilmesi uygun görülmüştür.

Tablo 2. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın İklim Değeri.

Ana Kriterler	Alt Kriterler	Max. Puan	Gölyanı Obası'nın Puanı
Sıcaklık (Yaz ayları sıcaklık ortalaması)	25,0 -25,9 °C	10	0
	24 ve 26 °C	9	
	23 ve 27 °C	8	
	22 ve 28 °C	7	
	21 ve 29 °C	6	
	20 ve 30 °C	5	
	19 ve 31 °C	4	
	18 ve 32 °C	3	
	17 ve 33 °C	2	
	16 ve 34 °C	1	
Yağış (Yaz ayları toplamı)	50 mm'den az.	8	4
	50 – 100 mm	7	
	100 – 150 mm	6	
	150 – 200 mm	5	
	200 – 250 mm	4	
	250 – 300 mm	3	
	300 – 350 mm	2	
	350 – 400 mm	1	
Güneşlenme (Yaz ayları bulutluluk ortalaması)	0-2	5	2
	2-4	4	
	4-6	3	
	6-8	2	
	8-9	1	
Rüzgarlılık (Yaz ayları ortalama rüzgar hızı)	1 m/sec'dan az	2	1
	1-3 m/sec arası	1	
Toplam		25	7

Gülez yönteminde herhangi bir yerin iklim değeri kapsamında alabileceği toplam puan 25'dir. Gölyanı Obası'nın "iklim değeri" puanı "8" olarak hesaplanmıştır (Tablo 2).

3. 3. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın Ulaşılabilirlik Değeri

Gülez yönteminde ulaşılabilirlik değerini tespit için bulunduğu bölgenin turistik önemi, en az 100.000 nüfuslu yerleşmeye uzaklık, en az 5.000 nüfuslu yerleşmeden sahaya ulaşma süresi, düzenli seferlerle sahaya erişebilme imkanı ve özel ulaşım sistemleri ile desteklenme özellikleri puanlanmaktadır. Yöntemdeki ağırlığı %20'dir (Tablo 3).

Gölyanı Obası, Kuzey Anadolu Dağları'nın Karadeniz'e dönük kuzey yamacında, ancak kıyıdan görece uzakta yer almaktadır. Gülez yönteminde Karadeniz kıyı bandı 2 veya 3 puan ile değerlendirilmektedir. Gölyanı Obası

kıyıya kuşuçuşu yakın olmakla birlikte karayolu taşıtları ile ulaşılabilirlik kapsamında izafi olarak uzakta yer alır. Bu bağlamda bulunduğu bölgenin turistik önemi kapsamında verilebilecek puanın alt limit değeri olan “2 puan” uygun görülmüştür.

Nüfusu 100.000’in üzerinde olan yerleşmeler içinde Gölyanı Obası’na en yakın olanı Giresun şehridir. Bu iki nokta arası mesafe 90 km civarındadır. Gülez yönteminde bu mesafe 2 veya 3 puan ile değerlendirilmektedir. Yol kalitesi dikkate alınarak alt limitten değerlendirme yapılmış; puanı “2” olarak uygun görülmüştür.

Nüfusu 5.000’in üzerinde olan yerleşmeler içinde Gölyanı Obası’na en yakın olanı Yağıldere İlçe Merkezi’dir. Buradan araçla Gölyanı Obası’na erişim 1 saati aşmaktadır. Bu nedenle ulaşılan zaman ölçütü kapsamında puanı “2” olarak uygun görülmüştür.

Gölyanı Obası’na düzenli sefer düzenleyen dolmuş, otobüs vb. hattı yoktur. Özel veya kiralık araç haricinde erişmek mümkün değildir. Bu nedenle ulaşılabilirlik kapsamında puanlamaya tabi olan diğer kriterler başlığı kapsamında Gölyanı Obası’na puan verilmemiştir.

Gülez yönteminde herhangi bir yerin ulaşılabilirlik değeri kapsamında alabileceğı toplam puan 20’dir. Yukarıdaki açıklamalar kapsamında Gölyanı Obası’nın “ulaşılabilirlik değeri” 6 olarak hesaplanmıştır. Rekreatyoneel faaliyetleri ile ön plana çıkması beklenen bir yer için bu puan değeri oldukça düşüktür.

Tablo 3. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası’nın Ulaşılabilirlik Değeri

Ana Kriterler	Alt Kriterler	Max. Puan	Gölyanı Obası’nın Puanı
Bulunduğu Bölgenin Turistik Önemi	Akdeniz, Ege, Marmara Kıyı Bandı	3-4	2
	Karadeniz Kıyı Bandı	2-3	
	Önemli Karayolu	1-3	
	Güzergâhları	1-3	
	Turizmde Öncelikli Yöreler	1-3	
Bulunduğu Bölgede En Az 100.000 Nüfuslu Kent Olması	20 km’ye kadar uzaklık	4-5	2
	20 - 50 km’ye kadar uzaklık	3-4	
	50-100 km’ye kadar uzaklık	2-3	
	100 - 200 km’ye kadar uzaklık	1-2	
Ulaşım Zaman Süresi (Yakınındaki En Az 5.000	Taşıtla 0 - ½ saat	4	2
	Taşıtla ½ - 1 saat	3	
	Taşıtla 1 - 2 saat	2	
	Taşıtla 2 - 3 saat	1	

Nüfuslu Yerden)			
Ulaşım (Taksi ve Özel Oto dışında)	Yürüyerek gidebilme ya da her an taşıt bulabilme Belirli saatlerde taşıt bulabilme	3-4 1-3	0
Ulaşım Diğer Kolaylıklar	Örneğin teleferik olması, denizden ulaşabilme vb...		0
Toplam		20	6

3. 4. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın Rekreatif Kolaylık Değeri

Gülez yönteminde rekreatif kolaylık değerini tespit için sahadaki piknik tesisleri, su durumu, kır gazinosu, büfe, wc, otopark, güvenlik görevlisi – bekçi varlığı, geceleme imkânı esas alınmaktadır (Tablo 4). Endeksteği ağırlığı 100 üzerinden 20 (%20) puandır.

Tablo 4. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın Rekreatif Kolaylık Değeri

Ana Kriterler	Alt Kriterler	Max. Puan	Gölyanı Obası'nın Puanı
Piknik Tesisleri	Sabit piknik masa, ocak vb. Niteliklerine göre	4	0
Su Durumu	İçme ve kullanma su su olanakları (Niteliklerine göre)	3	1
Geceleme Tesisleri	Sabit geceleme tesisleri Çadırli veya çadırsız kamp kurabilme olanakları	2 1-2	0
WC'ler	WC varlığı (Niteliklerine göre)	1-2	1
Otopark	Otopark varlığı (Niteliklerine göre)	1-2	0
Kır Gazinosu, Satış Büfesi	Varlığı (Niteliklerine Göre)	1-2	0
Bekçi ve Görevliler	Sürekli Bekçi – Görevli varlığı Sadece hafta sonlarında bekçi görevli varlığı	2 1	0
Diğer Kolaylıklar	Örneğin plaj, kabin, duş tesisleri, kiralık sandal olanakları, top, oyun alanları, tesisleri vb (Niteliklerine göre)	3	0
Toplam		20	2

Gölyanı Obası'nda Gülez yöntemine göre rekreatif kolaylık değeri kapsamında puanlamaya tabi tutulan düzenlemelerin hiç biri bulunmamaktadır. Dolayısı ile piknik masası, barbekü, çeşme, wc, otopark, güvenlik görevlileri, gece konaklama imkânı bakımından puan vermek mümkün değildir. Bununla birlikte oba sakinlerinin de kullandığı kaynak suyu varlığı, küçük restoran varlığı ve buraya ait wc varlığı dikkate alınarak, biraz da pozitif yaklaşarak, toplam “2 puan” verilmiştir.

Gülez yönteminde herhangi bir yerin “rekreatif kolaylık” değeri kapsamında alabileceği toplam puan 20'dir. Yukarıdaki açıklamalar kapsamında Gölyanı Obası'nın “rekreatif kolaylık” puanı oldukça düşük, “2” olarak hesaplanmıştır. Rekreatif faaliyetleri ile ön plana çıkması beklenen bir yer için bu puan değeri oldukça düşüktür.

3. 5. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın Olumsuz Etkenler Değeri

Güvenlik sorunları, taşıma kapasitesinin aşılmasına bağlı trafik, gürültü kirliliği, su ve hava kalitesinde bozulma vb. gibi ziyaretçiyi rahatsız edecek gelişmeler, ziyaretçileri sahadan uzaklaştırabilir. Talebi azaltabilir. Gülez yönteminde bu durum dikkate alınarak güvenlik, hava, su, gürültü kirliliği, bakımsızlık ve diğer olumsuz etkenler, toplamda -10 olarak puanlanmıştır (Tablo 5). Gölyanı Obası'nda rekreatif faaliyetlere dayalı olumsuzluk henüz yoğun ziyaretçi de olmadığı için yoktur. Ancak evlerin bakımsız olması dikkat çekmektedir. Bu kapsamda Olumsuz etkenler puanı “-1” olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 5. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın Olumsuz Etkenler Değeri

Ana Kriterler	Alt Kriterler	Max. Puan	Gölyanı Obası'nın Puanı
Güvenceli Olmaması	Güvence durumuna göre	-2	0
Hava Kirliliği	Kirlilik derecesine göre	-3	0
Su Kirliliği	Deniz, göl ve akarsular için	-1	0
Gürültü Kirliliği	Trafik, kalabalık vb. gürültüler	-1	0
Bakımsızlık	Alanda yeterli bakımın yapılmaması	-1	-1
Diğer Olumsuz Etkenler	Örneğin taş, çakıl ocağı, inşaat ve fabrika kalıntıları vb.	-2	0
Toplam		-10	-1

3. 6. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın Rekreyasyon Potansiyeli

Gülez Yöntemi'nde herhangi bir sahanın rekreyasyon potansiyel değeri peyzaj, iklim, ulaşılabilirlik ve rekreatif kolaylık değerlerinin toplamından olumsuz etkenler değerinin çıkarılması ile bulunmaktadır. Toplam puan değeri 0 – 29 arasında olan yerler “çok düşük”, 30-45 arasındakiler “düşük”, 46-60 arasındakiler “orta”, 61-75 arasındakiler “yüksek”, 75 üzerindeki ise “çok yüksek” potansiyelli alanlar olarak sınıflandırılmaktadır. Gölyanı Obası'nın rekreyasyon potansiyel değeri 45 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlendirme kapsamında Gülez yöntemine göre Gölyanı Obası, peyzaj değeri yüksek olsa da toplam da “düşük” rekreyasyon potansiyeline sahip bir yerdir (Tablo 6).

Tablo 6. Gülez Yöntemine Göre Gölyanı Obası'nın Rekreyasyon Potansiyeli

Özellikler	Max. Puan	Gölyanı Obası'nın Toplam Puanı
Peyzaj Değeri	35	30
İklim Değeri	25	8
Ulaşılabilirlik Değeri	20	6
Rekreatif Kolaylık	20	2
Değeri		
Olumsuz Etkenler	-10	-1
Toplam	100	45

Aşağıdaki tabloda Gülez yöntemine göre rekreyasyon potansiyel değeri hesaplanan yerlerden bazıları verilmiştir (Tablo 7). Bu alanlarla kıyaslandığında Gölyanı Obası'nın “peyzaj” bakımından ortalamanın üstünde değere, hatta en yüksek değere sahip olduğu, bu kategoride oldukça avantajlı pozisyonda bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak iklim, ulaşılabilirlik ve rekreatif kolaylık bakımından da çok dezavantajlı olduğu; toplamda hepsinin gerisinde kaldığı belirlenmiştir.

Tablo 7. Gülez Yöntemine Göre Rekreyasyon Potansiyeli Belirlenen Yakın Çevredeki Yerlerden Bazıları, Bunların Puan Değerleri, Onlara Göre Gölyanı Obası'nın Pozisyonu.

Yer	P	İ	U	R K	O E	RP
Boztepe ¹	2 5	18	18	16	0	77
Kurul Kalesi ²	2 1	15	14	7	-2	55
Giresun Kalesi ³	2 1	14	16	14	-3	62
Limni Gölü ⁴	2 6	14	9	3	-1	51

Deriner Barajı ⁵	2 6	15	11	10	-7	55
Asarkaya Kent Ormanı ⁶	2 0	16	12	11	-2	57
Yaroz Kent Ormanı ⁷	1 9	17	10	7	-3	50
Çınarsuyu Tabiat Parkı ⁸	2 5	16	14	16	-2	69
Ulugöl Tabiat Parkı ⁹	2 9	12	8	14	-2	61
Ortalama	2 3,6	15, 2	12, 4	10, 9	- 2,4	59, 7
Gölyanı Obası	3 0	8	6	2	-1	45

Kaynaklar: 1- Yeşil ve Beyli, 2018:295; 2- Atabeyoğlu vd, 2017:138; 3-Şenol, 2021; 4- Tozkoparan, vd., 2020:81; 5- Surat, 2017:253; 6-7-8-9- Yeşil vd., 2021:984.

Gülez yönteminin en önemli avantajlarından biri eksikleri göstermesi, diğeri de yaşanacak değişimler ve yapılabilecek düzenlemeler ile alabileceği en yüksek puan hakkında da fikir verebilmesidir. Peyzaj ve iklim değeri¹ kriterlerinde büyük değişiklik beklenmektedir. Ulaşılabilirlik değeri yol kalitesi iyileştirilerek ya da belirli günlerde tarifeli seferler eklenerek 2-4 puan kadar artırılabilir. Rekreaktif kolaylık değeri ise eksikler giderildiğinde mevcut puana 16 puan daha eklenebilir. Bunlar gerçekleştiğinde endeksteki puanının 45’den 65’e (45+4+16=65); rekreasyon potansiyelinin de “düşük” kategorisinden “yüksek” kategorisine çıkabileceği tespit edilmektedir. Böyle bir durumda ise Ordu Boztepe ve Çınarsuyu Tabiat Parkı haricindeki alanların mevcut halinden² daha yüksek potansiyel sunacağı öngörülmektedir.

Gölyanı Obası’nın Gülez yöntemine göre peyzaj değeri için ayrılan 35 puanın 30’unu, iklim değeri için öngörülen 25 puanın 6’sını, ulaşılabilirlik için ayrılan 20 puanın 6’sını, rekreatif kolaylık değeri için ayrılan 20 puanın sadece 2’sini aldığı görülmektedir. Olumsuz etken değeri ise 10’da -1 olarak tespit edilmiştir. Konu sadece Gülez yöntemi üzerinden değerlendirildiğinde Gölyanı Obası’nın en güçlü yönleri peyzaj değeri ile henüz olumsuz etkenlerin belirmemiş olmasıdır. Buna karşılık iklim, erişilebilirlik ve rekreatif kolaylık zayıf yanları olarak belirmektedir. Saha mevcut durumu ile özellikle altyapı ve üstyapı açısından yeterli durumda değildir.

Sonuç ve Öneriler

¹ Heyelan, iklim değişikliği, orman yangınları vb. ekstrem olaylar değişime yol açabilir.

Bunlar göz ardı edilmiştir.

² İlgili yerlerin de yeni düzenlemelerle puanını artırma olasılığı vardır.

Rekreasyonel faaliyetlere sahne olabilecek alanların envanterinin çıkarılması, devamında potansiyelinin belirlenmesi önem taşır. Bu çalışmada Gülez yöntemi kullanılarak, Gölyanı Obası'nın peyzaj değerinin oldukça yüksek olduğu; ancak ekoturizmi destekleyecek iklim, erişilebilirlik ve rekreatif kolaylık bakımından da bir o kadar dezavantajlı pozisyonda olduğu; toplamda rekreasyon potansiyel değerinin “düşük” olduğu tespit edilmiştir. Özellikle ulaşım koşulları iyileştirilir, rekreatif kolaylık sağlayacak donanımlar eklenirse sahanın “yüksek” (çok yüksek değil) potansiyel arz eden bir yere dönüşebileceği belirlenmiştir. Ancak bunun ekonomik açıdan ciddi maliyeti olacaktır. Talep yokken / çok az iken bu maliyeti göze almak şimdilik rasyonel bir yaklaşım olarak görünmemektedir.

Gölyanı Obası, sakinleri tarafından geçim-ekonomik faaliyet amaçlı kullanılmaktadır. Hayvancılık sahadaki en önemli aktivitedir. Hayvancılık ile turizmi kombine ederek “çiftlik turizmi” sahada geliştirilebilir. Bu kapsamda yöre sakinleri kooperatif veya dernek çatısı altında örgütlenebilir. Yöresel mimariden esintiler taşıyan, enerjisini üreten, altyapısı olan, çevreyi kirletmeyen; ağıl, ahır, samanlık, mandıra, fırın, serender, su kuyusu, işletme binası gibi ana; restoran, çay bahçesi, konaklama üniteleri gibi destekleyici yapıları içeren modern çiftlik kurulabilir. Çevrede yöreye uyumlu malzemelerle donatılan yürüyüş, bisiklet parkurları düzenlenebilir. İş imece yöntemi ile organize edilip yöre insanı sosyal güvenlik sistemi kapsamında istihdam edilebilir. Önerdiğimiz “çiftlik turizmi konsepti” pazarlanabilirse Gölyanı; turizmden pay kapmak isteyen diğer yaylalar, obalar arasında farklılaşır, markalaşır. Ziyaretçi yoğunluğuna mahal vermeden doğal çevre korunmuş, ekonomik gelir artırılmış, yöre kültürü tanıtılmış, yaşam kalitesi yükseltilmiş, mekâna aidiyet sağlanmış olur. Çiftlik konseptinin turizm kapsamında pazarlanamadığı hallerde dahi üretim devam edeceği için, gelirden azalma olmayacak ani gelişmelerle hızla yön değiştirme özelliği olan, kırılgan turizm sektörüne karşı bir nevi sigorta / direnç sağlanmış olacaktır.

Son olarak şunu da ifade etmek gerekir: Birçok kaynakta obadaki kırsal mimari övülmekte, etkileyici olduğu iddia edilmektedir (Komisyon, 2016: 17). Obadaki evler ve eklentileri çok bakımsızdır. Yaşam konforu ve hijyen açısından çağın oldukça gerisindedir. Fotojenik olsa da, iyi görüntü verse de ıslaha – iyileştirilmeye acil ihtiyaçları vardır. Geleneksel görüntüyü koruma gayreti ya da iyi fotoğraf için insanları bu evlerde yaşamaya zorlamamak gerekir. Yöre mimarisini ana hatları ile koruyarak dıştan ahşap giydirmeli, çatısı alttan yalıtımlı üstten hartama kaplamalı düzenlemeler elbette mümkündür. Turizm (ekoturizm ya da diğer turizm türleri) amaç değil, kırsalın korunmasına ve kalkınmasına katkı sunan araçtır. Bu bağlamda oba sakinlerine (obada hayvancılık yapmayı sürdürenlere) turizmden bağımsız olarak aidiyetlerini sürdürmeleri, mevcut

kültürü koruma motivasyonlarını devam ettirmeleri için yapılarını onarma, ıslah etme, daha konforlu hale getirme hususunda hem mimari, hukuki hem de maddi destek sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

1. Acar, S., Bilen Kazancık L., Meydan, M. C. ve Işık, M. (2019). *İllerin ve Bölgelerin Sosyo Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması: SEGE 2017*. Ankara: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü Yayını.
2. Akpınar Külekçi, E. ve Bulut, Y. (2013). Erzurum İli Oltu İlçesi ve Yakın Çevresi Ekoturizm Potansiyelinin SWOT Analizi Yöntemi ile Belirlenmesi. *Artvin Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 1-12.
3. Atabeyoğlu, Ö., Beyli, K. N. ve Argan, A. (2017). Recreational Potential of Kurul Castel Archaeological Treasure of Black Sea Region, Ordu City. *Inonu University Journal of Arts and Design*, 7 (16). 126-140.
4. Bekdemir, Ü. ve Sezer, İ. (2016). *Giresun İlinin Turizm Potansiyeli*. Ankara: Nobel Bilimsel Eserler.
5. Bulut, İ., Karabulut, Y., Zaman, M., Karabulut, E. ve Akbaba, A. (2011). Gölyanı Yaylası ve Yaylayanı Gölü Yüzen Adası (Yağlıdere – Giresun). *Standart Dergisi*, (Şubat 2011), 96 -106.
6. DOKAP (2016). *Doğu Karadeniz Turizm Master Planı*.
7. Gülez, S. (1990). Ormaniçi Rekreasyon Alanının Saptanması İçin Geliştirilen Bir Değerlendirme Yöntemi. *İ.Ü. Orman Fakültesi Dergisi*, 40 (2), 132-147.
8. Komisyon (2016). *Yağlıdere (GİR07): 3. Derece Doğal Sit Alanı Ekolojik Temelli Bilimsel Araştırma Raporu*. T. C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü.
9. Oda, Z. (2021). *Yalıköy (Ordu – Fatsa) ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Potansiyeli*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun.
10. Resmi Gazete (2020). Cumhurbaşkanı Kararları, Karar Sayısı:2528, Sayı:31126.
11. Seki, İ. ve Biler T. (2016). Büyükbaş Hayvan İşletmelerine Yönelik SWOT Analizi: Biga Örneği”, *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4 (1), 51-59.
12. Şenol, E. (2021). “Kent Çevresindeki Yüksek Alanların Rekreasyon Amaçlı Kullanımı: Giresun Kalesi Örneği”, *Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler III* (Editör Emre Aydemir, Sema Sağlık, 165-184), Ankara: Gece Kitaplığı.
13. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007- 2013*. Ankara.
14. T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı (2013). *Giresun İli Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023*. Ankara.

- 15.Yeşil, M. ve Beyli,K. N. (2018). Ordu–Boztepe’nin Turizm ve Rekreasyon Potansiyeli ile Boztepe’nin Kent İmajına Katkısı. *Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6 (3): 291-298.
- 16.Yeşil, M. ve Güzel, M. (2021). Ordu İli Asarkaya Kent Ormanı ve Yoroç Kent Ormanı ile Çınarsuyu Tabiat Parkı ve Ulugöl Tabiat Parkı'nın Rekreasyonel Potansiyel Yönünden Karşılaştırılması. *GÜFBED/GUSTIJ (2021)*, 11 (3): 975-987.

**ERZURUM YÖRE SAKİNLERİNİN COĞRAFI
İŞARETLERE YÖNELİK
TUTUMLARININ ANALİZİ**

Öğr. Gör. Dr. Erkan DENK¹

Doç. Dr. Nilgün SANALAN BİLİCİ²

¹Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, ORCID: 0000-0002-2144-3316

²Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ORCID: 0000-0001-8318-7250

1.GİRİŞ

Coğrafi işaretler, son yıllarda gelişmekte olan ülkeler açısından önemi her geçen gün anlaşılan, akademik çalışmalarda genişçe yer bulmaya başlayan ve üreticiler kadar tüketicilerin de yakından takip ettiği bir konudur. Coğrafi işaret (Cİ) uygulamaları ise yöresel olarak adlandırılan ürünlerin üretildiği veya elde edildiği coğrafya ile isimlendirilerek bir kimlik kazanması ve bu kimliğin bazı özellikleri dikkate alınıp tescillenerek korunması olarak ifade edilen bir sınai mülkiyet hakkıdır. Türkiye’deki tescil sayılarında son yıllarda önemli artışlar görülmektedir. Erzurum ili de bu artışların yaşandığı ve en fazla Cİ tescilli olan iller arasında yer almaktadır. Dolayısıyla çalışma buradan hareketle gerçekleştirilmiştir ve yerel halkın coğrafi işaretlere yönelik tutumlarını belirlemek amaçlanmaktadır. Çünkü Cİ uygulamalarının sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için üreticiler kadar tüketicilerin de bu konu hakkında bilgisinin olması, tescil alan ürünlere sahip çıkması, yöreyi turizm amaçlı ziyaret edenlere bu ürünleri anlatması beklenmektedir. Çalışmada öncelikle Cİ kavramı açıklanarak öneminden bahsedilecek olup sonrasında analiz sonucu tablo haline getirilen bulgu ve yorumlara yer verilecektir. Devamında sonuç bölümü ile birlikte ilgili paydaşlara çeşitli öneriler sunulacaktır.

2.COĞRAFİ İŞARET (Cİ) KAVRAMI ve ÖNEMİ

Cİ, yöresel olarak ifade edilen ürünlerin isim ve kökenlerini çeşitli tescil uygulamaları ile kayıt altına alıp onları taklitlerinden koruyan ve üreticilerin haksız rekabete uğramalarını engelleyip tüketiciyi de bilgilendiren, geçmişi ise eskiye dayanan bir sınai mülkiyet hak türüdür (Tekelioğlu, 2019: 50). İlgili kanunda ise “*belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir*” (SMK, 2016) şeklinde tanımlanmaktadır.

Türkiye’de ilk mevzuat 1995 yılında 555 sayılı “Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında KHK” ile Avrupa Birliği (AB) uygulamalarına benzer şekilde yürürlüğe girerken, 2017 yılında 6769 Sayılı “Sınai Mülkiyet Kanunu” ile güncellenmiştir. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’na bağlı olan Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) üzerinden işlemler yürütülmektedir (Denk ve Sanalan-Bilici, 2021: 104). İki tescil türü kullanılmaktadır. Bunlar menşe adı ve mahreç işaret türüdür. **Menşe adı**; bir ürünün üretim aşamalarının tamamı özdeşleştiği yörede gerçekleşiyor, karakteristik özelliğini bu yöreden alıyorsa ve tescilde belirtilen nitelikte sadece o yörede üretilebiliyorsa; Malatya kayısı, İspir fasulyesi gibi bu tescili alabilir. **Mahreç işaret**; ürünün tescil belgesinde sınırları çizilen bölgede üretim aşamalarından en az birisinin gerçekleşmesi durumunda Edirne tava ciğeri, Erzurum su böreği gibi bu tescili alabilir. Bu iki tescil

kapsamına girmeyen ürünler ise bazı nitelikleri taşımaları durumunda “Geleneksel Ürün Adı” olarak tescillenebilirler. Ancak bu bir koruma olarak değerlendirilmelidir (www.ci.turkpatent.gov.tr).

AB ülkelerinde uygulanan Cİ sistemi tarımsal ürünleri kapsarken Türkiye’deki Cİ uygulaması tarımsal ürünlerin yanında taş, halı, kilim gibi el sanatı ürünlerini de içine almaktadır (Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012: 97). Bu yüzden sadece gıda veya yemek değil aynı zamanda kültürel miras da bu yöntemle koruma altına alınmaktadır.

Bölgesel kalkınma için oldukça önemli olan Cİ almış ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlara girmesi için aşağıda belirtilen hususlara öncelik verilmelidir. Bu hususlar (Pektaş, Kahraman ve Alkan, 2018: 68);

- Coğrafi koşullara uygun ürün tespitinin yapılması.
- Yüksek kalitede ürün yetiştirilmesi ve üretim aşamalarının standardize edilmesi.
- Cİ almış ürünün talep miktarını belirlerken yöreden destek alınması.
- Ürünün coğrafi işaretlemeye yetkili olan kurum tarafından tescillenmesi.
- Cİ alan ürünlere dış pazarlara açılması için ülke veya pazar seçimi yapılarak ihracat planlamasının oluşturulması.
- İhracatı yapılacak Cİ tescilli ürünün uluslararası pazarlardaki eşdeğer ürünlerle rekabet edebilecek özelliklere getirilmesi.
- Cİ almış ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlarda pazarlama bileşenlerinin planlanarak uygulama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi şeklinde ifade edilebilir.

Dolayısıyla coğrafi işaretler uluslararası ticarete üretiminin yapıldığı bölgeye veya ülkeye çeşitli ekonomik avantajlar sağlarken tanıtım ve pazarlama faaliyetleriyle birlikte yörede turizmin gelişimine de katkı sunmaktadır (Çalışkan ve Koç, 2012: 206). Turizm aracı olarak kullanılabilen bu özel ve eşsiz ürünler, Cİ sistemi ile korunmanın yanı sıra taklitlerine karşı yasal zeminlerde mücadele etmekte ve kültürel mirasın tanıtımına da önemli ölçüde katkı sunmaktadır (Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012: 94-95). Bu yüzden Cİ sistemi, yöresel ürünlerin üretiminde, sürdürülebilirliğin sağlanmasında güvence veren sertifika uygulaması olarak alternatif turizm çeşitleri ile birlikte yerel kalkınmanın en önemli teşvik edici unsuru olarak değerlendirilebileceği söylenebilir. Böylece ülke veya bölgenin geleneksel değerleri ve kültürel mirası koruma altına alınırken hem ekonomik anlamda hem de kültürel anlamda toplumsal hayata olumlu katkılar sağlanabilecektir.

TPMK güncel verilerine bakıldığında 2022 yılı Aralık ayı sonu itibariyle 943 ürün mahreç işaret (%72,6), 351 ürün menşe adı (%27) ile tescil altına alınmıştır. 5 ürün geleneksel ürün adı (%0,4) olarak koruma altındadır. 678 ürünün ise işlemleri devam etmektedir (<https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/Type>). Erzurum ili 40 tescilli ürün ile en fazla tescile sahip şehirler içinde 6. basamakta yer almaktadır. Kış turizmi ile ön planda olan destinasyonun 4-5 aylık yoğun turizm sezonu coğrafi işaretler ile daha da uzatılabilir. Hatta on iki ay boyunca kültür ve gastronomi turizmi ile yöre desteklenebilir. Ancak bu desteğin sağlanabilmesi için yerel halkın tutumlarının belirlenmesi önemli görülmektedir. Buradan hareketle gerçekleştirilen çalışmada yerel halkın coğrafi işaretlere yönelik tutumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca elde edilecek veriler doğrultusunda ilgili paydaşlara önerilerin geliştirilmesi de hedeflenmektedir.

3.METOD VE YÖNTEM

Araştırmada nicel yöntemlerden anket tekniği kullanılarak veriler elde edilmiştir. Daha önceden geçerliği ve güvenilirliği test edilmiş Aprile vd., (2016)'nin İtalya'da gerçekleştirdikleri çalışmada kullandıkları anket ile yerel halktan bilgiler toplanmıştır. 752 işaretlenen anketin 740'ı değerlendirmeye uygun bulunmuş olup SPSS 20 programı ile yüzde ve frekans olarak değerlendirilmiş, tablo haline dönüştürülmüş ve yorumlanmıştır. Çalışmanın gerçekleştirildiği yerleşim planı harita 1'de görülmektedir ve anketin Cronbach Alpha katsayısı; 0,953 olarak tespit edilmiştir.



Harita 1. Erzurum Coğrafi İşaretler Araştırma Alanı

4.BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışmaya katılanların 454'ü (%61,4) erkek 286'sı (%38,6) ise kadındır. Erzurum merkezde ikamet edenler 483 kişi (%65,3) iken, ilçelerde ikamet eden 145 kişi (%19,6) ve köylerde ikamet eden ise 112 kişi (%15,1) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 1. Yerel Halkın Demografik Özellikleri Dağılım Tablosu

Meslek	Frekans (f)	Yüzde (%)	Yaş aralık	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kamu	235	31,8	20-29	313	42,3
Özel sektör	196	26,5	30-39	211	28,5
Serbest meslek	83	11,2	40-49	124	16,8
Ev hanımı	71	9,6	50-59	66	8,9
Emekli	19	2,6	60-69	18	2,4
İşsiz	82	11,1	70 ve üzeri	8	1,1
Diğer	54	7,3	Toplam	740	100
Toplam	740	100,0	Eğitim Durumu	Frekans (f)	Yüzde (%)
Aile Geliri ₺ (Aylık)	Frekans (f)	Yüzde (%)	Eğitim yok	18	2,4
*2.825TL ≤	209	28,2	İlköğretim	83	11,2
2.826-3.499TL	246	33,2	Ortaöğretim	182	24,6
3.500-4.499TL	72	9,7	Önlisans	124	16,8
4.500-5.499TL	66	8,9	Lisans	244	33,0
5.500-6.499TL	42	5,7	Yüksek lisans	48	6,5
6.500-7.499TL	38	5,1	Doktora	41	5,5
7.500TL ≥	67	9,1	Toplam	740	100,0
Toplam	740	100,0	*Çalışmanın gerçekleştirildiği zaman diliminde Türkiye’de geçerli olan asgari ücret miktarı (₺)		

Yerel halkın çoğunluğu kamu görevlisi (235 kişi-%31,8), 20-29 yaş aralığında (313 kişi-%42,3), 2.826-3.499TL gelire sahip (246 kişi-%33,2) ve lisans mezunu (244kişi-%33) sakinlerdir.

Yerel halkın Cİ bilgisini belirlemek için öncelikle “*Cİ tescilli ürün nedir, biliyor musunuz?*” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 2’de görüleceği üzere 402 kişi

(%54,3) “evet”, 199 kişi (%26,9) “kısmen” ve 139 kişi (%18,8) “hayır” şeklinde cevap vermiştir. Cİ bilgi düzeylerini örnek vererek de bir bakıma netleştirmeleri adına “*Aklınıza gelen ilk Cİ tescilli ürün hangisidir?*” sorusu katılımcılara yöneltilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Katılımcıların Cİ Tescil Kavramını Bilme Durumları ve Örneklendirme Tablosu

Cİ tescilli ürün nedir biliyor musunuz?	Frekans (f)	Yüzde (%)
Evet	402	54,3
Hayır	139	18,8
Kısmen	199	26,9
TOPLAM	740	100
Cİ Örnek	Frekans (f)	Yüzde (%)
Cevap yok	179	24,2
Yanlış örnek	47	6,4
Diğer	145	19,6
Cağ kebabı	106	14,3
Kadayıf dolması	72	9,7
Erzurum su böreği	36	4,9
Erzurum civil peyniri	34	4,6
Antep baklava	34	4,6
Erzurum küflü civil peyniri	21	2,8
İspir kuru fasulyesi	19	2,6
Malatya kayısı	15	2,0
Oltu taşı	11	1,5
Kayseri mantısı	8	1,1
Erzurum ehram kumaşı	7	0,9
Maraş dondurması	6	0,8
TOPLAM	740	100

Sonuçlar ilgi çekicidir. Yerel halkın yaklaşık 1/4’ü (%24,2) Cİ tescili bulunan ürüne örnek verememiştir. Tescilli ürün olarak bildiği ancak tescili bulunmayan yani yanlış ürün cevabı verenlerin oranı %6,4 olarak belirlenmiştir. Cİ tescili alan birçok farklı ürün örneği (Diğer) veren katılımcıların oranı %19,6’dır. Erzurum yöresine ait en çok tekrar edilen ürün ise %14,3 oran ile “Cağ kebabı”dır. Vecchio ve Annunziata (2011)’nın çalışmalarında yanlış örnek oranı %37, herhangi bir PDO/PGI tescile sahip ürün örneği veremeyenlerin oranı %29 olarak belirlenmiştir. Oğuz (2016)’un çalışmasında Cİ tescilli doğru ürün örneği verilme oranı %63,9 olarak bulunmuştur. Keskin, Türker ve Akdemir (2019) çalışmalarında ise katılımcıların %38’i Cİ tescilli ürün örneği verememiştir.

Erzurum yöresine ait ürünlerin Cİ bilinirliği açısından ön plana çıkması çalışmanın gerçekleştiği coğrafi alandan kaynaklı olabilir. Çünkü Küçüküymaz (2019)’ın Gaziantep’te gerçekleştirdiği çalışma sonuçları da bu durumu desteklemektedir. Antep baklavası tüketiciler tarafından en çok tekrarlanan ürün olarak belirlenmiştir. En önemli sonuç ise cevap veremeyen ve yanlış örnek veren katılımcılarının oranına bakıldığında Cİ kavramı hakkında bilgisi olmayan veya eksik bilgisi olan katılımcı sayısının daha fazla olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Yerel halkın Erzurum’a ait Cİ tescilli ürün bilgilerine yönelik sonuçlar tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3. Yerel Halkın Erzurum’a Ait Cİ Tescilli Ürün Bilme ve Örneklendirme Tablosu

Erzurum’a ait Cİ tescilli bulunan ürün var mıdır?	Frekans (f)	Yüzde (%)
Evet	551	74,5
Hayır	22	3,0
Bilmiyorum	167	22,5
TOPLAM	740	100
Erzurum Cİ tescilli ürün örnek	Frekans (f)	Yüzde (%)
Cevap yok	188	25,4
Yanlış örnek	53	7,2
Cağ kebabı	153	20,7
Kadayıf dolması	96	13,0
Erzurum civil peyniri	63	8,5
Erzurum su böreği	45	6,1
Erzurum küflü civil peyniri	40	5,4
İspir kuru fasulyesi	38	5,1
Oltu taşı	22	3,0
Karnavas dut pekmezi	17	2,2
Hınıs kuru fasulyesi	16	2,2
Erzurum ehram kumaşı	9	1,2
TOPLAM	740	100

Erzurum’a ait Cİ tescilli ürünler için “Evet” cevabı verenlerin oranı %74,5 (551 kişi), “Bilmiyorum” cevabı verenlerin oranı %22,5 (167 kişi), kesin olarak “Hayır” cevabı verenlerin oranı %3 (22 kişi) olarak belirlenmiştir. Sancak (2019) çalışmasında Ankara’ya ait olan Cİ tescilli ürünler hakkında bilgisi olmayan tüketicilerin oranını araştırma sonuçlarımıza benzer şekilde %26,5 olarak bulmuştur. “Evet” cevap oranının yüksek çıkmasındaki sebep yüz yüze yapılan görüşmelerde yerel halka Cİ hakkında küçük çaplı bilgi verilmesinden kaynaklı olabilir.

Erzurum’a ait Cİ tescilli bulunan ürün örneği alanına tablo 3’te bakıldığında cevap vermeyen 188 kişi (%25,4) ve yanlış örnek veren 53 kişi (%7,2) belirlenmiştir. Çalışmada Cİ bilgi düzeyinin aslında biraz daha düşük seviyede

olduğunu bu durum desteklemektedir. Yöre ile özdeşleşmiş ve ilk tescili alınan ürünlerden olan “Cağ kebabı” 153 kişi (%20,7) tarafından örnek verilirken yine ilk tescillerden olan “Erzurum kadayıf dolması” 96 kişi (%13) tarafından tekrar edilmiştir. En az tekrarlanan ise 9 kişi (%1,2) ile “Erzurum ehram kumaşı” örneğidir. Oltu cağ kebabı ve Erzurum kadayıf dolması yerel halk tarafından en çok bilinen Cİ tescilli ürünlerdir. Sancak (2019) Ankara’da gerçekleştirdiği çalışmasında Cİ tescilli ürünleri bildiğini söyleyenlerin oranını %73,5 olarak bulmuştur. Cİ tescili bulunan Beypazarı kurusu, Çubuk turşusu ve Kalecik karası üzümü üzerine gerçekleştirilen çalışmada bilgisi olduğunu belirten tüketicilerin %42,9’u bu ürünleri tescilli olarak bildiğini ifade etmiştir. Katılımcıların %57,1’i ise yanlış cevap vermiştir. Dolayısıyla bu durum araştırmacı tarafından tüketicilerin yarısından fazlası Cİ kavramını bilmektedir ancak yöreye ait Cİ tescili bulunan ürünleri bilmemektedir şeklinde yorumlanmıştır.

Yerel halktan 53 katılımcı (%7,2) araştırmada yanlış örnek vermiştir. Bunun sebebi ürünlerin yöre mutfağında yoğun tüketilmesi veya bir kısmının yörede üretilmesi olabilir. Yanlış örnek oranı biraz yüksek görünse de yerel halkın yaşamını sürdürdüğü yörede tescilli ürünlere 10 farklı örnek verebilmesi Cİ tescil uygulamalarını yakından takip ettikleri, coğrafi işaretler hakkında bilgi ve farkındalıkları yüksek şeklinde yorumlanabilir. Çünkü çalışmanın yapıldığı zaman diliminde Erzurum ilinin Cİ tescil sayısı 15’tir.

Yerel halkın Cİ tescilli ürün satın alma sıklığı tablo 4’te görülmektedir.

Tablo 4. Yerel Halkın Cİ Tescilli Ürün Satın Alma Sıklıklarına Göre Dağılımı

Cİ tescilli gıdalar satın alırmısınız?	Frekans (f)	Yüzde (%)	Toplamsal Yüzde (%)
Bazen	360	48,6	48,6
Sıklıkla	171	23,1	71,7
Nadiren	128	17,4	89,1
Hiç almam	81	10,9	100,0
TOPLAM	740	100	

Yerel halkın Cİ tescilli ürün satın alma sıklığına bakıldığında yaklaşık yarıya yakını (360 kişi-%48,6) bazen cevabı verirken 171 kişi (%23,1) ise sıklıkla yanıtı vermiştir. Nadiren cevabını veren 128 kişi (%17,4) iken hiç almam cevabı veren 81 kişi (%10,9) belirlenmiştir. Aprile vd., (2016) İtalya’daki çalışmalarında tüketicilerin ürün tercih sıklığı oranlarını; sıklıkla %45, bazen %43 ve nadiren ise %7 şeklinde bulmuşlardır. Oğuz (2016) ise tüketicilerin %87,3’ünün Cİ tescili bulunan ürünleri tüketmek için satın aldığını belirlemiştir. Sancak (2019) ise bu oranı %70,5 olarak bulmuştur. Topbaş (2019) çalışmasında tüketicilerin araştırma sonuçlarına yakın yani %85,9’unun Cİ tescilli ürün satın alıp tükettiğini

belirlemiştir. Cİ tescilli ürün sıklıkla satın alan yerel halk oranı az olmasa da hiç satın almam diyenlerin oranı bir o kadar yüksek değerlendirilebilir. Bu durum aslında yerel halkta Cİ bilgi eksikliği, düşük farkındalık veya fiyat yüksekliğinden kaynaklı sebepler olabilir. Dolayısıyla yerel halkın bir bölümü Cİ tescilli ürün satın almaktadır ancak tescil durumları hakkında bilgi eksikliği vardır ya da düşük farkındalığa sahiptir şeklinde yorumlanabilir.

Yerel halkın Cİ tescilli ürünleri genellikle nereden satın aldıklarına yönelik bilgiler tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Yerel Halkın Cİ Tescilli Ürünleri Genellikle Satın Aldıkları Yerlere Göre Dağılımı

Tüketicilerin Cİ tescilli ürünleri satın alma yeri	Frekans	Yüzde	Toplamsal Yüzde
Üreticilerden	461	29,9	29,9
Süper Marketlerden	354	22,9	52,8
Cİ Gıda Satan Uzmanlaşmış Mağazalardan	291	18,9	71,7
Pazar Yerinden	256	16,6	88,3
Çiftçi Pazarlarından	180	11,7	100,0
	TOPLAM	100	

*Katılımcılar birden fazla işaretleme yapabilmişlerdir.

Yerel halk bu özel ürünleri doğrudan (461 kişi- %29,9) üreticilerden tedarik ederken süpermarketlerden (354 kişi-%22,9) ve Cİ tescilli gıda ürünleri satan uzmanlaşmış mağazalardan (291 kişi-%18,9) da satın alındığı görülmektedir. Fotopoulos ve Krystallis (2003) çalışmasında PDO etiketli Zagora elmasını incelemiş ve tüketicilerin %60,5'inin bu ürünü pazarlardan, %11,7'sinin süpermarketlerden, %9'unun ise doğrudan üreticilerden aldığını belirlerken bulgulara zıt sonuçlar elde etmiştir. Aprile vd., (2016)'nin İtalya'daki çalışmalarında bulgulara benzer oranlar tespit edilmiştir. Tüketicilerin %32,6'sı üreticilerden, %25,6'sı süpermarketlerden ve %18,8'i pazarlardan bu otantik ürünleri satın almaktadır. Dokuzlu vd., (2019)'nin çalışmasında ise tüketicilerin yöresinden yani üreticilerden ürünleri satın alma oranı %56, süpermarketlerden %18, Cİ alanında uzmanlaşmış mağazalardan %17 olarak belirlenmiştir. Sancak (2019)'ın çalışmasında tüketiciler %17,7 oranında süpermarketlerden Cİ tescilli bulunan ürünleri satın alırken Topbaş (2019) Zile pekmezini incelediği çalışmasında tüketicilerin %62,5'inin süpermarketlerden Cİ tescilli ürün satın aldığını belirlemiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde bu özel ürünlere üreticilerden ve süpermarketlerden ulaşmak yörede mümkün gibi görülmektedir. Ancak bu

ürünlerin özellikle süpermarket raflarında nasıl konumlandırıldığı oldukça önemlidir. Ürünün paketlenmiş olma özelliği veya tedarik edilebilirliği de bu noktada önemli bir faktör olarak görülmektedir. Ayrıca yöre sakinlerinin Erzurum mutfak kültüründe bu özel ürünleri sık tercih ettikleri, damak zevklerinin bu otantik lezzetlere alışık olduğu, bu yüzden ürünleri doğrudan üreticilerden ve süper marketlerden tedarik edebildikleri söylenebilir.

Anketin bu bölümünde yerel halkın gıda ürünlerini satın alırken hangi özelliklerin belirleyici olduğu tespit edilmek istenmiştir. Tablo 6 ve 7’de bu duruma yönelik analizler yer almaktadır.

Tablo 6. Yerel Halkın Gıda Ürünlerini Satın Almada Etkileyen Faktörlerin KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,912
Approx. Chi-Square	3377,570
Bartlett's Test of Sphericity df	45
Sig.	0,000

Tablo 6 değerlendirildiğinde KMO değeri 0,70’in üzerindedir ve veri faktör analizi için elverişli olarak görülmüştür. Tablo 7’de yerel halkı gıda ürünlerini satın alırken etkileyen faktörlere yönelik önermeler yer almaktadır. Bu önermeler arasında 10 maddenin tamamı eksiltmeye gidilmeden yorumlanmıştır. Tek faktör yapısına ulaşıldığı görülmektedir ve açıklanan varyans %51,50’dir. Açıklanan varyans tablosu da faktör analiz yöntemi ne olursa olsun önemli bir tablodur. Faktör analizinde toplam varyans üzerinden açıklanan varyansın %50’yi geçmesi tüm alt boyutlar ile ölçekte temsil yeteneğinin sağlanabilmesi için önemlidir (Yaşlıoğlu, 2017: 77).

Tablo 7. Yerel Halkı Gıda Satın Almada Etkileyen Faktör Boyutları

	Faktör Yükleri
Faktör 1: Gıda Ürünlerinin Satın Alınma Özellikleri	
Satın alacağım yiyeceğin <u>güvenilir olması</u> benim için önemlidir.	
Satın alacağım yiyeceğin <u>doğallığı</u> benim için önemlidir.	0,800
Satın alacağım yiyeceğin <u>çevre dostu olması</u> benim için önemlidir.	0,791
Satın alacağım yiyeceğin <u>geleneksel üretim yöntemleri ile üretimi</u> benim için önemlidir.	0,788
Satın alacağım yiyeceğin <u>kullanılabilirliği</u> benim için önemlidir.	
Satın alacağım yiyeceğin <u>yerel ekonomiye destek olması</u> benim için önemlidir.	0,783
Satın alacağım yiyeceğin <u>besin değeri</u> benim için önemlidir.	
Satın alacağım yiyeceğin <u>çiftçilere eşit kazanç sağlaması</u> benim için önemlidir.	0,770

Satın alacağım yiyeceğin üretiminde kimyasal maddelerin kullanılmaması	0,711
benim için önemlidir.	0,682
Satın alacağım yiyeceğin fıyatı benim için önemlidir.	
Özdeğer	0,660
Açıklanan Varyans	
	0,636
	0,496
	5,150
	51,503
Toplam Varyans	% 51,503
KMO	0,912

Yerel halk gıda ürünlerini satın alırken öncelikle güvenilir, doğal, çevre dostu ve geleneksel üretim yöntemleri kullanılarak üretilen ürünler olması kriterlerinden geçirek satın almaktadır. Bunun yanı sıra gıda ürünlerinin kullanılabilirliği ve yerel ekonomiyi desteklemesi, besin değeri, çiftçilere eşit kazanç sağlaması, kimyasal maddelerin üretimde kullanılmaması ve bu faktörlerden sonra fiyatı yerel halk üzerinde belirleyici olmaktadır. Aprile vd., (2016)'in çalışmasında ise, tüketiciler gıda satın almalarında öncelikle güvenilir olmasına bakarken sonrasında doğal olması ve kimyasal maddelerin kullanılmamış olmasına öncelik vermektedir.

Dolayısıyla yerel halk öncelikle güvenilir, doğal, çevre dostu ve geleneksel yöntemlerle üretilen ürünleri tercih ederken satın alımlarda yerel ekonomiye katkı faktörlerinin daha arka sıralarda belirtilmesi yöresel ürünlerin yaşanılan bölgeye sağlayabileceği ekonomik getirilerinin farkında olmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Anketin bu bölümünde yerel halkın gıda tüketim stilleri belirlenmek istenmiştir. Tablo 8 ve 9'da bu duruma yönelik analizler yer almaktadır.

Tablo 8. Yerel Halkın Gıda Tüketim Stillerini Belirleyen Faktörlerin KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,844
Approx. Chi-Square	1866,452
Bartlett's Test of Sphericity df	55
Sig.	0,000

Tablo 8 değerlendirildiğinde KMO değeri 0,70'in üzerindedir ve veri faktör analizi için elverişli olarak görülmüştür. Tablo 9'da yerel halkın gıda tüketim stilleri önermeleri yer almaktadır ve 11 maddenin tamamı eksiltmeye gidilmeden aşağıda yorumlanmıştır. Üç faktör yapısına ulaşıldığı tablo 9'da görülmektedir ve açıklanan varyans %54,90'dır.

Tablo 9. Yerel Halkın Gıda Tüketim Stillerini Gösteren Faktör Boyutları

	Faktör Yükleri
Faktör 1: Bölgesel/Yöresel Ürünler	
<u>Bölgede üretilen yiyecek satın almanın önemli</u> olduğunu düşünüyorum.	0,776
<u>Yöresel olarak üretilen yiyecekleri satın almanın</u> önemli olduğunu düşünüyorum.	
<u>Geleneksel tariflere dayanan</u> yiyecekleri severim.	0,762
<u>Doğal içerikli yiyecekleri</u> tercih ederim.	0,748
Gıdaların <u>üretim verini bilmek</u> benim için önemlidir.	0,743
Coğrafi <u>bölge ile yakından ilgili yiyecekleri</u> seçerim.	0,614
Özdeğer	0,561
Açıklanan Varyans	3,691
	33,555
Faktör 2: İthal Yiyecekler	
<u>Yabancı (İthal) yiyecek</u> satın almıyorum.	0,771
<u>Yabancı (İthal) yiyeceklerin alışkanlıklarından</u> çok farklı olduğunu düşünüyorum.	
Özdeğer	0,722
Açıklanan Varyans	1,273
	11,569
Faktör 3: Yeni Lezzet Deneyimleri	
<u>Yenilikçi yiyecekleri</u> denemeyi severim.	0,727
<u>Düşük kalorili yiyecekleri</u> seçiyorum.	0,670
Gıdaların kökeniyle/menşeiyle <u>ilgilenmiyorum.</u>	0,494
Özdeğer	1,076
Açıklanan Varyans	9,777
Toplam Varyans	% 54,902
KMO	0,844

Yerel halkın gıda tüketim stillerine bakıldığında bölgelerinde üretilen ve yöreye ait olan yiyecekleri satın almanın önemli olduğunu belirttikleri söylenebilir. Bu aslında biraz da tüketicilerin yöresel lezzetlere karşı milliyetçi veya literatürde yeni yeni yer almaya başlayan gastromilliyetçi tüketici oldukları şeklinde belirtilebilir. Bununla birlikte geleneklerine önem veren yerel halk bu tariflerle üretilen gıda ürünlerini veya yemekleri tercih ederken doğal olan, üretim yerini bildiği ve özellikle bölgesine yakın lezzetleri satın almayı önemli görmektedir. Yabancı veya ithal yiyeceklerle karşı mesafeli olan tüketiciler kendi alışkanlıklarından farklı olarak bu lezzetleri değerlendirmektedirler. Yeni lezzet deneyimlemeyi seven yerel halk düşük kalorili yiyecekleri tercih etmeye gayret gösterirken gıdaların kökenleri ile yakından ilgilenmediğini de dile getirmişlerdir.

Dolayısıyla Erzurumlu sakinler, bölgelerinde üretilen yöresel olarak adlandırdığımız gıdalara oldukça önem vermektedirler. Yabancı veya ithal

yiyeceklere karşı mesafeli olan tüketiciler yeni lezzetleri düşük kalorili olmaları durumunda deneyimleyebileceğini ve bu ürünlerin kökenine/menşesine daha sonra önem verdiklerini belirtmişlerdir.

Anketin bu bölümünde yerel halkın Cİ tescilli ürünleri nasıl tanımladıkları belirlenmek istenmiştir. Tablo 10 ve 11’de bu duruma yönelik analizler yer almaktadır.

Tablo 10. Yerel Halkın Cİ Tescilli Ürünleri Tanımlama Faktörlerinin KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,831
Approx. Chi-Square	1474,975
Bartlett's Test of Sphericity df	21
Sig.	0,000

Tablo 10 değerlendirildiğinde KMO değeri 0,70’ın üzerindedir ve veri faktör analizi için elverişli olarak görülmüştür. Tablo 11’de tüketicilerin Cİ tescilli ürünleri nasıl tanımladıklarına yönelik önermeler yer almaktadır ve 7 maddenin tamamı eksiltmeye gidilmeden aşağıda yorumlanmıştır. Analize bakıldığında tek faktör yapısına ulaşıldığı görülmektedir ve açıklanan varyans %46,75’tir.

Tablo 11. Yerel Halkın Cİ Tescilli Ürünleri Tanımlayan Faktör Boyutları

	Faktör Yükleri
Faktör 1: Tüketicilerin Cİ Tescilli Gıdaları Tanımlaması	
Cİ yiyecek <u>coğrafi işaret etiketli</u> üründür.	0,751
Cİ yiyeceğin <u>kökenini ya da kaynağını</u> ifade eder.	0,739
Cİ yiyeceğin <u>bir bölge ile özdeşleştirdiğini</u> ifade eder.	0,723
Cİ yiyecek <u>bölgede yetişir ve üretilir.</u>	0,701
Cİ yiyecek <u>Türkiye’de yetiştirilir ve üretilir.</u>	0,696
Cİ yiyecek <u>karakteristik özelliğini üretildiği bölgeden</u> alır.	0,674
Cİ yiyecek <u>doğrudan üreticilerden satın alınan</u> üründür.	0,458
Özdeğer	3,273
Açıklanan Varyans	46,757
Toplam Varyans	% 46,757
KMO	0,831

Yerel halk Cİ tescili bulunan ürünleri öncelikli olarak Cİ etiketi bulunan ve kökeni/kaynağı belli olan ürünler olarak tanımlamaktadır. Bu sonuca göre Cİ uygulamasının bir etiket olarak yerel halk tarafından algılandığı söylenebilir. Sonrasında ise bir bölge ile özdeşleşen, yaşamın sürdürüldüğü yörede ve Türkiye’de de yetiştirilen veya üretilen karakteristik özelliğini üretildiği

bölgeden alan ve düşük de olsa doğrudan üreticilerden tedarik edilen ürünler Cİ tescili bulunan ürün olarak tüketiciler tarafından tanımlanmaktadır.

Buradan hareketle yerel halk Cİ uygulamasını bir etiket olarak ürünün kaynağını belirten, yöre ile özdeşleşmiş Erzurum yöresinde ve Türkiye’de yetiştirilen ürün olarak görmektedir. Cİ kavramı tanımında yer alan ürünün karakteristik özelliğini üretildiği bölgeden alması özelliğinin tüketiciler tarafından düşük oranla gösterilmesi ve doğrudan üreticilerden satın alınan ürün önermelerinin geri planda kalması tüketicilerin Cİ bilgi düzeylerinin düşük seviyede olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Anketin bu bölümünde Cİ tescili bulunan ürünlerin tüketicileri satın almaya teşvik eden unsurları belirlenmek istenmiştir. Tablo 12 ve 13’te bu duruma yönelik analizler yer almaktadır.

Tablo 12. Yerel Halkı Cİ tescilli Ürünlere Teşvik Eden Faktörlerin KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,912
Approx. Chi-Square	3297,789
Bartlett's Test of Sphericity df	55
Sig.	0,000

Tablo 12 değerlendirildiğinde KMO değeri 0,70’in üzerindedir ve veri faktör analizi için elverişli olarak görülmüştür. Tablo 13’te 11 olan madde sayısında ortaya çıkan çapraz ve negatif yüklenmeler gibi analize uygun olmayan maddelerin çıkarılmasıyla 9 maddeye indiği, iki faktör yapısına ulaşıldığı ve açıklanan varyansın%57,13 olduğu görülmektedir.

Yerel halkı Cİ tescili bulunan ürünleri satın almaya teşvik eden faktörler Cİ tescili bulunan ürünlerin karakteristik özellikleri ve genel özellikleri şeklinde iki başlık altında ifade edilebilir.

Tablo 13. Yerel Halkı Cİ Tescilli Ürünlere Teşvik Eden Faktör Boyutları

	Faktör Yükleri
Faktör 1: Cİ Tescilli Ürünün Karakteristik Özellikleri	
Cİ yiyeceklerin <u>besin değeri</u> benim için önemlidir.	0,767
Cİ yiyeceklerin <u>kökene/mensei</u> benim için önemlidir.	0,762
Cİ yiyeceklerin <u>üreticilerin emeğine eşit katkı sağlaması</u> benim için önemlidir.	0,754
Cİ yiyeceklerin <u>çevre dostu üretim yöntemleriyle üretilmesi</u> benim için önemlidir.	0,754
Cİ yiyeceklerin <u>doğallığı</u> benim için önemlidir.	0,646
Cİ yiyeceklerin <u>geleneksel üretim yöntemleriyle üretilmesi</u> benim için önemlidir.	0,645

Özdeğer	0,626
Açıklanan Varyans	5,226
	47,512
Faktör 2: Cİ Tescilli Ürünün Genel Özellikleri	
Cİ yiyeceklerin <u>görünümü</u> benim için önemlidir.	0,790
Cİ yiyeceklerin <u>damak zevkime uyması</u> benim için önemlidir.	0,749
Cİ yiyeceklerin <u>fıyatı</u> benim için önemlidir.	0,717
Özdeğer	1,058
Açıklanan Varyans	9,622
Toplam Varyans	% 57,134
KMO	0,912

Yerel halkı Cİ tescilli olan ürünün öncelikli olarak besin değeri, üretim yeri yani kökeni/menşei, üreticilerin emeğine eşit katkı sağlaması, ürünün çevre dostu üretim yöntemi ile doğal ve geleneksel üretim yöntemlerine bağlı olarak üretilmesi olarak belirtilebilecek kendine has yani karakteristik özellikleri teşvik etmektedir. Aynı zamanda ürünün görünümü, tüketicinin damak zevkine uygunluğu ve son aşamada fiyatı gibi genel özellik faktörleri tüketici tercihlerini şekillendirmektedir. İtalya’da Aprile vd., (2016)’in gerçekleştirdikleri çalışmalarında ise İtalyan tüketiciler bu özel lezzetleri doğal olmaları ve besin değerleri için önemli görüp tercih ederken ürünlerin fiyatları en az önem verdikleri kriterler arasında yer almaktadır ve bu durum çalışma bulgularını desteklemektedir.

Dolayısıyla tüketicileri Cİ tescilli bulunan ürünler, karakteristik özellikleri itibariyle ve kendisine has görünüm, lezzet gibi sahip olduğu genel özellikleri ile kendilerine çekmektedir şeklinde yorumlanabilir. Oysaki bölgesindeki ürünlere sahip çıkan, bölgesinde Cİ tescilli ürünlerin üretilmesinin önemli olduğunu ve bu ürünlerin satın alınması gerektiğini gıda tüketim stillerinde belirten tüketiciler satın alma faaliyetinde uygulamaya gelince bu hislerini geri planda tutmakta oldukları söylenebilir.

Anketin bu bölümünde tüketicilerin Cİ tescilli ürünlere yönelik algıları belirlenmek istenmiştir. Tablo 14 ve 15’te bu duruma yönelik analizler yer almaktadır.

Tablo 14. Yerel Halkın Cİ Tescilli Ürün Algıları Faktörleri KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,913
Approx. Chi-Square	5267,421
Bartlett's Test of Sphericity df	120
Sig.	0,000

Tablo 14 değerlendirildiğinde KMO değeri 0,70'in üzerindedir ve veri faktör analizi için elverişli olarak görülmüştür. Tablo 15'te 16 olan madde sayısında ortaya çıkan çapraz ve negatif yüklenmeler gibi analize uygun olmayan maddelerin çıkarılmasıyla 11 maddeye indiği görülmektedir. Yerel halkın Cİ tescili bulunan ürünlere yönelik algı faktörleri genel özellik algısı, kültür algısı ve denetim algısı şeklinde üç başlık altında toplanmaktadır ve açıklanan varyans %58,86'dır.

Tablo 15. Yerel Halkın Cİ Tescilli Ürün Algıları Faktör Boyutları

	Faktör Yükleri
Faktör 1:Cİ Tescilli Ürünlerin Genel Özellik Algısı	
Cİ tescilli yiyecekler daha <u>sağlıklıdır.</u>	0,814
Cİ tescilli yiyecekler daha <u>kalitelidir.</u>	0,740
Cİ tescilli yiyecekler daha <u>lezzetlidir.</u>	0,697
Cİ tescilli yiyecekler <u>çevreye daha az zarar verir.</u>	0,687
Cİ tescilli yiyecekler <u>yöresel arazinin kullanımına yardımcı olur.</u>	0,677
Cİ tescilli yiyecekler (<u>kimyasal kullanılmadan</u>) <u>daha doğal</u> olarak üretilir.	
Özdeğer	0,554
Açıklanan Varyans	6,605
	41,281
Faktör 2:Cİ Tescilli Ürünlerin Kültür Algısı	
Cİ tescilli yiyecekler <u>bölgenin tanıtımına</u> katkı sağlar.	0,804
Cİ tescilli yiyecekler <u>bölge kültürünün</u> bir parçasıdır.	0,778
Özdeğer	1,774
Açıklanan Varyans	11,089
Faktör 3: Cİ Tescilli Ürünlerin Denetim Algısı	
Cİ tescilli yiyecekler için <u>bağımsız bir denetimin yapıldığını düşünüyorum.</u>	0,777
Cİ tescilli yiyeceklerde <u>hile olma ihtimalinin düşük olduğunu düşünüyorum.</u>	0,726
Cİ tescilli yiyeceklerin <u>benzer yiyeceklerden farkının olduğunu düşünüyorum.</u>	0,673
Özdeğer	1,035
Açıklanan Varyans	6,466
Toplam Varyans	% 58,836
KMO	0,913

Yerel halk Cİ tescili bulunan ürünleri öncelikli olarak sağlıklı, kaliteli, lezzetli, çevreye daha az zarar veren, bölge arazisinin kullanımına yardımcı olan ve diğer benzer ürünlere göre daha doğal üretilen ürünler olarak değerlendirirken bölgenin tanıtımına yardımcı olan yöre kültürünün parçası birer öge olarak görmektedirler. Bunun yanı sıra Cİ tescilli ürünlerde bağımsız bir denetimin yapıldığını, hile olma ihtimalinin ise düşük olduğunu belirten yerel halk, benzer

ürünlerden bir farkın Cİ tescilli ürünlerde olmadığını ifade etmişlerdir. Özellikle bu durum Cİ tescilli ürünlerin yöre halkı arasında ayrıcalıklı ürün olarak görülmediği şeklinde yorumlanabilir. Oğuz (2016)'un çalışmasında tüketiciler Cİ tescilli bulunan ürünleri sağlıklı ve lezzetli olarak değerlendirmektedir. Onurlubaş ve Taşdan (2017)'in çalışmasında tüketiciler benzer şekilde bu özel ürünleri sağlıklı, yüksek kaliteli, lezzetli, çevreye olumsuz etkisi az ve doğal olarak değerlendirmektedir.

Buradan hareketle yerel halk tarafından Cİ tescilli ürünler sağlıklı ve kaliteli olarak değerlendirilirken aynı zamanda bölge kültürünün bir parçası olarak görülmektedir. Bununla birlikte denetim açısından bir sorun olmadığını ifade eden yerel halk bu otantik ürünlerin benzerlerinden bir farkının olmadığını belirtmektedir. Oysa Cİ tescilli bulunan ürünler özellikli, yöre ile özdeşleşmiş, benzerlerine göre önemli farklılığı olan ürünler olarak belirtilmektedir. Bu açıdan bakıldığında yöre halkının Cİ bilgi ve algı düzeylerinin düşük seviyede olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Anketin bu bölümünde tüketicilerin Cİ tescilli ürünlere yönelik kullanılan etiketler hakkında bilgi düzeyleri belirlenmek istenmiştir. Tablo 16 ve 17'de bu duruma yönelik analizler yer almaktadır.

Tablo 16. Tüketicilerin Cİ Tescilli Ürünlerin Etiket Bilgi Düzeyi Faktörleri KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,847
Approx. Chi-Square	2103,134
Bartlett's Test of Sphericity df	28
Sig.	0,000

Tablo 16 değerlendirildiğinde KMO değeri 0,70'in üzerindedir ve veri faktör analizi için elverişli olarak görülmüştür. Tablo 17'ye bakıldığında 8 olan madde sayısında ortaya çıkan çapraz ve negatif yüklenmeler gibi analize uygun olmayan maddenin çıkarılmasıyla 7 maddeye indiği görülmektedir. Tüketicilerin Cİ tescilli bulunan ürünlerde kullanılan etiket bilgi düzeylerine yönelik algı faktörleri genel Cİ etiket bilgisi ve spesifik etiket bilgisi şeklinde iki başlık altında ifade edilmektedir ve açıklanan varyans %62,18'dir.

Tablo 17.Yerel Halkın Cİ Tescilli Ürünlerde Kullanılan Etiket Bilgisi Faktör Boyutları

	Faktör Yükleri
Faktör 1: Genel Ci Etiket Bilgisi	
Cİ etiketli yiyecek <u>yöresel gıdayı</u> ifade eder.	0,796
Cİ etiketi, <u>ürünün benzer ürünlerden ayırt edici özelliği olduğunu</u> ifade eder.	0,749
Cİ etiketli yiyecek <u>çiftçilerin emeğinin değerlendirilmesinde</u> eşitlik sağlar.	0,697
Cİ etiketli yiyecek <u>menşe/mahreç korumalı ürünü</u> ifade eder.	0,652
Özdeğer	3,790
Açıklanan Varyans	47,381
Faktör 2: Spesifik Etiket Bilgisi	
HELAL GIDA etiketli yiyecek <u>yerel kalite ve güvenlik sertifika</u> göstergesidir.	0,864
Özel Çiftlik Sertifikalı yiyecek <u>yerel kalite ve güvenlik sertifika</u> göstergesidir.	0,841
ISO etiketli yiyecek <u>yerel kalite ve güvenlik sertifika</u> göstergesidir.	0,757
Özdeğer	1,185
Açıklanan Varyans	14,808
Toplam Varyans	% 62,189
KMO	0,847

Yerel halkın Cİ tescilli bulunan ürünlere yönelik etiket bilgi düzeylerine ve farkındalıklarına bakıldığında Cİ etiketinin yöresel gıdayı ifade ettiği, ürünün benzerlerine göre ayırt edici özelliklerinin olduğu, çiftçilerin emeğinin değerlendirilmesine yardımcı olduğu ve menşe/mahreç korumalı ürünü gösterdiği tespit edilmiştir. Bu sonuca göre yerel halkın mahreç ve menşe etiketleri veya logolarından düşük seviyede haberdar olduğu söylenebilir. Bu durum etiket uygulamasının bazı ürünlerde yeni yeni kullanılmaya başlanmasından da kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca yerel halk “Helal Gıda” etiketini öncelikli olarak yerel kalite ve güvenlik sertifika göstergesi olarak değerlendirmektedir. Bunun yanı sıra halk tarafından benzer şekilde “Özel Çiftlik Sertifikalı” ürünler ile “ISO” etiketi de aynı özellikte kalite göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Aslında böyle bir durum ne helal gıda ne de ISO etiketleri için söz konusu değildir. Buradan hareketle yerel halkın Cİ tescilli ürünlere yönelik kullanılan etiketler konusunda bilgi düzeylerinin yeterli seviyede olmadığı söylenebilir.

Van der Lans vd., (2001: 456-473) İtalya’da 152 tüketici ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında Roma’da yaşayan tüketicilerin PDO etiketinin anlamı hakkında bilgi eksikliklerinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. Fotopoulos ve Krystallis

(2003) Yunanistan'daki PDO etiketli Zagora elma tüketicilerinin %22,1'nin etiket bilgisi olduğunu fakat sadece %6 'sının doğru tanımladığını bulmuştur. Vecchio ve Annunziata (2011) İtalya'daki çalışmasında tüketicilerin %29'u PDO/PGI etikete sahip herhangi bir ürün örneği verememiştir. Aprile vd, (2016)'nin çalışmasında tüketicilerin %43,2'si PDO etiketini %41,7'sinin ise PGI etiketini yerel kalite ve güvenlik sertifikası olarak değerlendirmiştir. Barska ve Wojciechowska-Solis (2018) Polonya'daki çalışmalarında tüketiciler arasında TSG etiketini %33, PGI etiketini %28 ve PDO etiketini %24 oranında bilindiği tespit edilmiştir. Nistoreanu, Tanase ve Gheorghe (2019) Romanya'daki çalışmalarında tüketicilerin %78.6'sının PDO etiketini %80.3'ünün ise PGI etiketini bilmediklerini tespit etmişlerdir. Glogovetan, Şedik ve Pocol (2021) Romanya'daki çalışmasında arıcılık ile uğraşan üreticilerin yarısından fazlasının PGI ve PDO etiket bilgisine sahip olduklarını belirlemiştir.

Analiz sonucu yerel halkın, Cİ tescilli bulunan ürünler için kullanılan mahreç, menşe ve geleneksel ürün logoları hakkında düşük bilgi seviyesine ve farkındalığa sahip olduğu söylenebilir.

5.SONUÇ

Son yıllarda Türkiye'de Cİ tescil sayılarında önemli artışlar gözlenmektedir. Erzurum'da bu tescil artışının yaşandığı iller arasında yer alan bir merkezdir ve en fazla Cİ tesciline sahip 7. şehirdir. Daha önce coğrafi işaretler hakkında tüketicilerin Erzurum'da bakış açılarını ve tutumlarını ölçen herhangi bir çalışma literatürde yer almamaktadır. Buradan hareketle yerel halkın coğrafi işaretlere yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla anket tekniği ile veriler elde edilerek çalışma gerçekleştirilmiştir.

Yerel halkın Cİ konusundaki bilgi düzeyi %54,3, kısmen cevap verenler eklendiğinde %81,2 olarak belirlenmiştir. Ancak Cİ tescilli örnek ürün yerel halka sorulduğunda cevap vermeyenlerin oranı %24,2, yanlış cevap verenlerin oranı ise %6,4 toplamda %30,6 olarak belirlenmiştir. Aslında yerel halkın Cİ bilgi düzeyi çok da yüksek bir oranda değildir. Bunun yanı sıra yerel halk Cİ tescilli ürünleri doğrudan üreticilerden bazen satın almaktadır. Gıda ürünlerini satın alırken güvenilir, doğal ve çevre dostu üretim yöntemiyle üretilmiş olması yerel halkın öncelik tercihleri olarak ön plana çıkmıştır. Yöresel ürünleri tercih eden yerel halk ithal yiyeceklere mesafeli yaklaşmakta olup yeni lezzet deneyimleri yaşamaktan çekinmemektedir. Cİ tescilli ürünleri bir etiket uygulaması olarak gören yerel halk, uygulamada kullanılan menşe adı ve mahreç işareti logolarını aslında bilmemektedirler. Her ne kadar 2019 yılından beri ürünler üzerinde etiket veya logo kullanımı yasa ile zorunlu hale getirilmiş olsa da bir çok üründe

uygulanmadığı gözlenmiştir. İlgili paydaşlara bu sonuçlardan yola çıkarak şu öneriler geliştirilmiştir;

- Türkiye Cİ eylem planları düzenlenebilir ve ürün envanterleri oluşturularak farkındalık için çeşitli uygulamalar gerçekleştirilebilir.
- Coğrafi işaretlerden beklenen faydayı elde etmek için üreticiler kadar tüketicilerin de sistemin içine dahil edilmesi gerekmektedir. Özellikle hükümetlerin bu konuya odaklanması önerilebilir.
- Bu süreçte hem üretici hem de tüketici mutlaka bilinçlendirilmeli ve Dünyadan başarılı örneklerle süreç ilgili taraflara aktarılmalıdır.
- Bilgi ve farkındalığı arttırmak için kamu kurum ve ilgili STK'lara ait internet sitelerinde yörenin tescilleri hakkında açıklayıcı bilgilere yer verilmelidir.
- Cİ tescilinin önemini anlatan kamu spotları oluşturulmalı ve çeşitli platformlarda paylaşım yapılmalıdır.
- Cİ tescili alan ürünlerin uluslararası pazarlarda yer bulabilmesi için AB standartlarında da tescile önem verilmelidir.

Bu çalışmanın sınırlılıkları Erzurum'da ikamet eden, 20 yaş üzerinde, geliri olan yerel halktır. Gelecekte Cİ tescil sayısı yüksek olan farklı şehir veya bölgelerde benzer araştırmalar yapılabilir ve karşılaştırmalar gerçekleştirilebilir.

Teşekkür: Bu çalışma Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı bünyesinde yürütülmüş olan “Coğrafi İşaretler Standardizasyonu ve Uygulamalarına Yönelik Bir Model Önerisi” başlıklı doktora tezinin bir kısmından yararlanılarak hazırlanmıştır.

KAYNAKÇA

1. Aprile, M. C., Caputo, V., & Nayga Jr, R. M. (2016). Consumers' Preferences and Attitudes Toward Local Food Products. *Journal of food products marketing*, 22(1), 19-42.
2. Barska, A. and Wojciechowska-Solis, J. (2018). Traditional and Regional Food as Seen by Consumers – Research Results: The case of Poland. *British Food Journal*, Vol. 120 No. 9, pp.1994-2004. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2018-0054>
<https://www.ci.gov.tr/sayfa/co%C4%9Fraf-i%C5%9Faret-nedir> (Erişim Tarihi: 09.03.2020).
3. Çalışkan, V., & Koç, H. (2012). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılışı Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.
4. Denk, E. ve Sanalan Bilici, N. (2021). Erzurum İlinin Coğrafi İşaret (Cİ) Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 102-122.
5. Dokuzlu, S., Demir, B., Ürün, B., Güler, V., Sarı, Y., Yıldız, G., & Aksoy, O. (2019). Tüketicilerin Yöresel Ürün Satın Alma Davranışları: DAP Bölgesi Ürünleri. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 25(1), 97-108.
6. Fotopoulos, C. & Krystallis, A. (2003). Quality Labels As A Marketing Advantage: The Case Of The “PDO Zagora” Apples In The Greek Market. *European Journal of Marketing*, Vol. 37 No. 10, pp. 1350-1374. <https://doi.org/10.1108/03090560310487149>
7. Glogovetan, A. I., Šedík, P., & Pocol, C. B. (2021). The Importance of Certification with PDO and PGI Quality Schemes: A Critical Analysis of the Romanian Beekeeping Sector. *Bulletin of University of Agricultural Sciences and Veterinary Medicine Cluj-Napoca. Food Science and Technology*. 78(2), 35-43.
8. Kan, Mustafa., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). “Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları”. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 93-101.
9. Keskin, F., Türker, M., & Akdemir, Ş., (2019). Üreticilerin Coğrafi İşaretli Kastamonu Taşköprü Sarımsağını Üretmesine ve Tüketicilerin Ödeme İstekliliğine Etki Eden Faktörler. *HASAT Uluslararası Tarım ve Orman Kongresi* (pp.677-688). Ankara, Türkiye.
10. Küçükylmaz, S. (2019). *Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Farkındalığı ve Algısının Analizi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

11. Nistoreanu, P., Tănase, M. O., & Gheorghe, G. (2019). PGI and PDO Logos and Products in the Romanian Market. An Exploratory Study. *New Trends in Sustainable Business and Consumption*, 5(4), 537-542.
12. Oğuz, Z. (2016). *Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: Siirt İli Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mardin: Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
13. Onurlubaş, E., & Taşdan, K. (2017). Geleneksel Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 115-132.
14. Pektaş, G. Ö. E., Kahraman, C., & Alkan, G. (2018). “Türkiye’de Coğrafi İşaretler ve İhracat Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi”. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39), Sayfa:65-82.
15. Sancak, K. (2019). *Ankara ili Çankaya İlçesinde Coğrafi İşaretli Ürünlerde Tüketici Algısı (Beypazarı kurusu, Çubuk turşusu, Kalecik karası üzümmü örneği)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
16. SMK, (2016). 22/12/2016 tarihli, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6769.pdf> (Erişim Tarihi: 13.12.2020).
17. Tekelioğlu, Y. (2019). “Coğrafi İşaretler ve Türkiye Uygulamaları”. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl:8, Sayı: 15, 47-75.
18. Topbaş, N.T. (2019). *Yerel ve Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaret: Zile Pekmezi Araştırması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Tokat: Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü.
19. Van der Lans, I. A., Van Ittersum, K., De Ciccio, A., & Loseby, M. (2001). The Role of The Region of Origin and EU Certificates of Origin in Consumer Evaluation of Food Products. *European Review of Agricultural Economics*, 28(4), 451-477.
20. Vecchio, R., & Annunziata, A. (2011). The Role of PDO/PGI Labelling in Italian Consumers’ Food Choices. *Agricultural economics review*, 12(389-2016-23464), 80-98.
21. Yaşlıoğlu, M.M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulamalı Faktör Analizlerinin Kullanımları. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, Özel Sayı, 74-85.
22. <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Fraf-i-%C5%9Faret-nedir> (Erişim: 10.12.2022).

**LOJİSTİK FAALİYETLERDEN KAYNAKLANAN
MALİYETLERİN BELİRLENMESİNDE KULLANILAN
MALİYETLEME YÖNTEMLERİ ÜZERİNE BİR
DEĞERLENDİRME**

Öğr. Gör. Dr. Fatih EKİNLER

Şırnak Üniversitesi Silopi Meslek Yüksekokulu
ORCID: 0000-0002-4584-4173

GİRİŞ

Son yıllarda değişen ve gelişen ticaret anlayışı, lojistik işletmelerinin değişimi takip etmelerini ve buna yönelik faaliyetlerini geliştirmelerini gerekli kılmıştır. Lojistik işletmeleri gerçekleştirdikleri faaliyetleri çeşitlendirerek ortaya çıkan talebi karşılayabilme gücüne sahip olabilmektedir. Lojistik faaliyetlerin artmasında; müşteri beklentilerinin değişmesi, hızla gelişen teknoloji, müşteri istekleri, ürünlerde çeşitlilik, küreselleşmeyle birlikte coğrafi sınırların önemini yitirmesi gibi faktörler etkili olmaktadır. Ayrıca işletmeler arasındaki rekabetin artması, rekabet gücünü elinde bulundurma isteği gibi etkenler lojistik faaliyetlerin rekabetteki konumunu şekillendirmekte ve önemini artırmaktadır (Öz, 2019: 68). Lojistik işletmeler faaliyetlerini gerçekleştirirken çeşitli maliyetlere katlanmak durumunda kalmaktadırlar. Söz konusu bu maliyetler, lojistik faaliyetler çeşitlendikçe artış göstermektedirler. Bir lojistik işletmedeki lojistik faaliyetlerin amacı, işletme stratejileri doğrultusunda ürünlerin önceden belirlenen pazarlama veya üretim hedefine ulaşabilmek için toplam maliyetin minimum seviyede gerçekleşmesini sağlamaktır (Acar, 2016: 11).

Lojistik maliyetler, toplam maliyetler içerisinde önemli bir paya sahiptir. Bundan dolayı lojistik maliyetlerin doğru bir şekilde hesaplanması ve analiz edilmesi, işletmelerin ortaya koyacağı strateji bakımından ihtiyaç halini almaktadır. Tecrübe veya sezgiye dayalı geleneksel yöntemler söz konusu bu ihtiyacı karşılayamamaktadır. Bu ihtiyacın karşılanması amacıyla, lojistik maliyetlerini analiz eden ve bu maliyetlerin gerçek tutarlarına yakın olarak hesaplanmasını sağlayan yöntem ve yaklaşımlar ortaya çıkmaktadır (Deran, Arslan ve Köksal, 2014: 152). Çalışmanın amacı lojistik faaliyetlerden kaynaklanan maliyetlerin hesaplanmasında kullanılan maliyetleme yöntemlerini belirlemek ve çeşitli yönleriyle irdelemektir. Bu amaç doğrultusunda konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda lojistik faaliyetlerin maliyetlerinin hesaplanmasında kullanılan on maliyetleme yöntemine ulaşılmıştır.

LOJİSTİK FAALİYETLERDEN KAYNAKLANAN MALİYETLER

İşletmeler, gerçekleştirecekleri lojistik faaliyet ile ilgili karar aşamasındayken bu faaliyete ilişkin maliyet bilgilerine sahip olmaları gerekmektedir. Çünkü maliyetler ile ilgili yetersiz bilgi veya doğru bilginin olmaması, işletme yönetiminin yanlış kararlar almasına neden olabilmektedir. Dolayısıyla işletme yönetiminin lojistik maliyetler hakkında detaylı bilgiye sahip olması, verilecek kararlar açısından büyük önem taşımaktadır (Deran, Arslan ve Köksal, 2014: 94). Lojistik faaliyetlerinden kaynaklanan maliyetleri, temel lojistik faaliyetlerden kaynaklanan maliyetler ve destekleyici (yardımcı) lojistik faaliyetlerden

kaynaklanan maliyetler şeklinde iki gruba ayırmak mümkündür. Bu iki gruba ait maliyetler aşağıda açıklanmıştır.

Taşıma Maliyetleri

İşletmelerin, lojistik maliyetleri içerisinde bulunan maliyetler arasında en büyük paya taşıma maliyetleri sahiptir. Avrupa’da taşıma maliyetlerin ortalaması %35 ile %40 arasında değişmektedir. Bu maliyetlerin içerisinde kiralar, teminatlar, akaryakıt, sigortalar, işçilik maliyetleri gibi maliyetler bulunmaktadır. Bununla birlikte taşıma maliyetleri çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Örneğin, kullanılacak olan taşıma türü (karayolu, denizyolu, havayolu, demiryolu, boru hattı) maliyetleri etkilemektedir. Bu bağlamda taşıma maliyetlerini etkileyen faktörleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Koban ve Yıldırım Keser, 2013: 102):

- Taşıma türü,
- Taşınacak olan malın özelliği,
- Malın çıkış noktasıyla varış noktası arasındaki mesafe,
- Taşımanın uluslararası mı ya da ulusal sınırlar içerisinde mi yapıldığı,
- Taşınan malın miktarı,
- Yoğunluk,
- Taşımanın yapılabilmesi için sahip olunması gereken belgeler,
- Karşılaşılan mali yükümlülükler,
- Malın elleçleme işleminin kolaylığı veya zorluğu,
- Malın teslim edilmesinden sonra dönüş yolunda yük bulunabilirlik sorunu,
- Malın hacmi,
- Malın istiflenme sorunu,
- Taşınmanın gerçekleşeceği aracın işletme içinden veya dışardan sağlanması gibi faktörler taşıma maliyetini etkilemektedir.

Taşıma maliyeti, bir malın veya bir yükün bir noktadan diğer bir noktaya ulaştırılması için yapılan ödeme ya da harcanan parasal tutardır. Taşımanın gerçekleşebilmesi için önce taşıma türü belirlenmelidir. İyi bir şekilde analiz edilmeden seçilen taşıma türü taşıma maliyetinin artmasına neden olabilmektedir. Çünkü hızlı bir şekilde taşımanın gerçekleştiği taşıma türü, taşımanın yavaş gerçekleştiği taşıma türüne göre daha pahalı olmaktadır (Köfteci, 2008: 57). Lojistik maliyetleri, ayrıca taşınan malın veya yükün miktarına göre de artıp azalabilmektedir. Lojistik maliyetleri en aza indirebilmek için farklı taşıma miktarı için farklı taşıma türlerinin seçilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda her

bir taşıma türünün kendine ait bir maliyeti vardır. Bu maliyetler sabit ve değişken maliyet olarak ayrılmaktadır. Taşıma türüne göre farklılık gösteren sabit ve değişken maliyetler Tablo 1’de karşılaştırmalı bir şekilde gösterilmektedir (Küçük, 2014: 140).

Tablo 1. Taşıma Türlerine Göre Maliyetler

Taşıma Türü	Maliyetler	
	Sabit Maliyetler (Terminal, altyapı, yol bakım)	Değişken Maliyetler (Yakıt, işçilik, onarım maliyetler)
Demiryolu	Çok yüksek	Düşük
Karayolu	Düşük	Yüksek
Denizyolu	Yüksek	Çok düşük
Havayolu	Çok yüksek	Esnek
Boru Hattı	En yüksek	En düşük

Tablo 1’de bir yükün taşınmasında seçilecek olan taşıma türünün sabit ve değişken maliyetleri ve hangi taşıma türünün seçilmesi durumunda sabit ve değişken maliyet derecelerinin nasıl olacakları hakkında bilgi verilmektedir. Taşıma maliyetlerin sabit ve değişken maliyetlerine bakıldığında sabit maliyetler, bina kirası, yönetim maaşları gibi üretimden bağımsız olan maliyetler iken, değişken maliyetler ise, bakım-onarım, yakıt gibi üretim arttıkça veya azaldıkça üretim ile beraber artıp azalan maliyetler olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda değişken maliyetlerin üretim ile doğrudan ilişkili maliyetler olduğu söylenilebilir (Genç, 2013: 76).

İşletme yönetimi, taşıma kararı alırken ölçek ekonomisini ve mesafe ekonomisini göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Ölçek ekonomisine göre küçük miktarlardaki yükler, büyük miktardaki yüklere göre daha pahalıdır. Aynı zamanda taşınan yüklerin istenilen yere ulaştıktan sonra geri dönecek olan aracın boş dönmemesi yüklenerek dönmesi değişken maliyetlerin azalmasına etki ederek ölçek ekonomisi yaratılmasına olanak sağlamaktadır. Mesafe ekonomisi ise taşınan malların ulaşacağı nokta ne kadar uzak ise birim mal başına değişken maliyetin de o kadar düşük olacağını ifade etmektedir (Köseoğlu, 2016: 248).

Depolama Maliyetleri

Depolama faaliyeti, envanterin belirli bir süre boyunca saklanabileceği ve korunabileceği yerleri ifade ederken, depolama maliyeti ise bu envanterin saklanıp muhafaza edilmesinde ortaya çıkan maliyetleri ifade etmektedir (Murphy ve Knemeyer, 2018: 35). Depolama maliyetlerini oluşturan maliyetler,

saklandığı alan maliyeti, yükleme-boşaltma maliyeti, işçilik maliyetleri, siparişin işlenmesi ile ilgili maliyetler, birbirinden ayırma maliyeti ve faaliyetin toplam maliyeti şeklinde sıralanabilir (Gürsoy, 2018: 274). Depolama maliyetleri, toplam lojistik maliyetlerin yaklaşık olarak %25 ile %30 arasındaki kısmını oluşturmaktadır. Bu maliyetler, depoya giren malın türüne ve sayısına göre değişkenlik göstermektedir. Müşteri taleplerini karşılamak amacıyla depoda tutulan stoklar, depoda kaldıkları süre boyunca maliyet yaratmaktadır. Bu stoklar müşteri tarafından talep edilmedikleri takdirde de yüksek oranda depolama maliyetine neden olmaktadır (Koban ve Yıldırım Keser, 2013: 103-104).

İşletmelerin depolarında sadece nihai mamul değil, nihai mamul ile beraber hammadde, yarı mamul ve çeşitli malzemeler bulunmaktadır. Bunların depolarda tutulması, burada muhafaza edilmesi, birbirinden ayırma işleminin gerçekleştirilmesi, ambalajlama ve etiketleme işlemlerinin yapılması, yükleme ve boşaltmanın yapılması, müşteriye göndermeden önce son kontrollerin yapılması bir süreç gerektirir. Bu sürecin sonunda ortaya çıkan maliyete depolama maliyeti denilmekte ve bu maliyetin işletme yönetimi tarafından doğru bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir (Köfteci, 2008: 57-58).

İşletmelerin devamlılığı açısından maliyet kalemi hayati derecede önemlidir. Bundan dolayı stokların depoda ne kadar süre kalacağı, işletme yönetimi tarafından yapılacak olan hesaplamalarla doğru tahmin edilmelidir. Nitekim stokların aşırı yüksek olması işletmenin maliyetini artırmakta ve bu da işletmenin kârlılığına etki etmektedir. Bunun önüne geçebilmek için depo etkin bir şekilde yönetilmelidir. Deponun etkin yönetilmesi için dikkat edilmesi gereken bazı faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler şunlardır (Küçük, 2014: 78-79):

- Coğrafi olarak deponun bulunacağı veya kurulacağı yer, dağıtım açısından doğru yer olmalıdır,
- Yıl içerisinde stoklarda gerçekleşen giriş ve çıkışlar sisteme tanımlanmalı ve kayıt altına alınmalıdır,
- Depolamanın daha kolay bir şekilde gerçekleşmesi için otomasyon sistemi kullanılmalıdır,
- Stok düzeyleri düzenli olarak izlenmelidir.

Yukarıda belirtilen faktörler dikkate alındığında depolama faaliyeti etkin bir şekilde yönetilebilir. Böylelikle ilgili maliyetler minimize edilerek işletmenin kârlılık oranına olumlu yönde etki edeceği söylenilebilmektedir.

Envanter/ Stok Yönetim Maliyetleri

Bir işletmede stokların doğru bir şekilde yönetilmesi, işletmenin amaçlarına ulaşmada önemli bir etkidir. Çünkü bir işletmenin toplam maliyetinin önemli bir kısmı stok maliyetlerinden oluşmaktadır. İşletmenin stokları yönetmek için uyguladığı model bu maliyetlerin azalmasına veya artmasına etki etmektedir. Ayrıca müşterilerin beklentilerini karşılamak ve böylece müşteri memnuniyetini sağlamak amacıyla stok maliyetlerine sipariş ve tedarik sürecindeki maliyetlerin ilave edilmesi, stok maliyet kapsamının genişleme durumunu ortaya çıkarmaktadır (Küçük, 2014: 154). İşletmenin stoklara ihtiyaç duyduğu zamanda stokların hazır bulunması, müşteri memnuniyetinin sağlanması bakımından önem arz etmektedir. Müşteri tarafından talep edilen ürünün stoklarda bulunmaması veya ürünün üretilmesine katkıda bulunan hammadde ve malzemelerin olmaması, üretimin gerçekleşmesine engel olarak müşteri kaybına neden olabilmektedir. Ayrıca stoklarda gerekenden fazla ürün veya hammadde bulunması ya da mevcut olan hammaddelerin üretim gerçekleştirilirken kullanılmaması, işletmeyi büyük bir maliyet ile karşı karşıya bırakmaktadır. Doğru planlanan talep ve etkin bir şekilde yönetilen stok ile stok maliyetlerinin en aza indirilmesi sağlanabilmektedir (Koban ve Yıldırım Keser, 2013: 128).

Belirli bir plan çerçevesinde yönetilmeyen stoklar beraberinde maliyet artışları getirmektedir. Maliyet artışları, üretilen veya muhafaza edilen ürüne yansıtılarak müşterilerin söz konusu ürünleri daha pahalıya almalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda stok maliyetlerinde meydana gelen artış, hem üreticinin hem de perakendecinin finansal performansını etkilediği söylenilebilmektedir (Chopra ve Meindl, 2013: 265). Stok maliyetlerini etkileyen üç maliyet vardır. Bunlar stok bulundurma maliyeti, sipariş ve üretim hazırlık maliyeti ve elde bulundurmama maliyetidir. Bu maliyetleri aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür (Acar ve Kocaoğlu, 2016: 113-117):

- **Stok bulundurma maliyeti;** Satmak amacıyla elde bulundurulan ürün veya kullanılmak üzere elde tutulan hammadde ve malzemenin stokta bekleme süresiyle orantılı ortaya çıkan maliyete stok bulundurma maliyeti denilmektedir. Bu maliyet çeşitli maliyetlerin toplamından oluşmaktadır. Bu maliyetler; sermaye maliyeti (bir işletmenin stok için gözden çıkardığı para miktarının getirisi), depolama maliyeti (taşıma, kira, aydınlatma, amortisman, ısıtma gibi masraflar), stok riskinin ortaya çıkardığı maliyetler (demode olma, meydana gelen kayıplar, yıpranma, raf süresinin dolması), stoklarda verilen hizmetlerden dolayı ortaya çıkan maliyetler (stokun özelliğine göre ortamın hazırlanması (soğu-sıcak ortam gibi) ve bakım gibi masraflar), vergi gibi maliyetlerdir.

- **Sipariş ve üretim hazırlık maliyeti;** İhtiyaç duyulan hammadde ve malzemelerin siparişinin verilmesi, tedarik sürecinin tamamlanması ve teslim alınması ile ilgili masraflar sipariş maliyeti adını almaktadır. Bu maliyetler sabit olan idari masraflardan meydana gelmektedir. Üretim hazırlık maliyeti ise üretimin gerçekleşmesi için yapılan hazırlıklarından dolayı ortaya çıkan maliyetlerdir. Bu hazırlıklar üretim sürecinin başlatılması için verilen iş emirleri veya üretim yerinin siparişlerinin yerine getirilmesi gibi süreçlerden oluşmaktadır.

- **Elde bulundurmama maliyeti;** Müşteri tarafından talep edilen ürün veya hammaddenin zamanında karşılanmaması veya karşılanamaması, müşteri kaybına ve buna bağlı olarak satış kaybına neden olmaktadır. Aynı zamanda talebi karşılayamayan işletmenin de var olan imajını zedelemektedir. Ayrıca işletmenin ürün üretmek için ihtiyaç duyduğu hammadde ve malzemelerin elde bulunmaması üretim kaybına yol açmaktadır. Bu bağlamda yukarıda sözü edilen durumların ortaya çıkması, elde bulundurmama maliyet toplamını oluşturan bekleyen sipariş maliyeti, kayıp satış maliyeti ve üretim kaybı maliyetine neden olmaktadır.

Talep Tahmini ve Talep Tahmin Yönetimi Maliyetleri

Bir işletmede talebin doğru bir şekilde tahmin edilmesi, işletmenin amaçlarına ulaşmada ve lojistik faaliyetlerini yerine getirmesinde önemli bir etkidir. İşletme yönetimi tarafından talebin tahmin edilmesi ve yönetilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde işletmede, maliyet artışının gerçekleşme ihtimalinin yüksek olacağı düşünülmektedir.

Doğru bir şekilde tahmin edilemeyen ve yönetilemeyen talepler, müşteri beklentilerinin karşılanmamasına sebebiyet vermektedir. Buna bağlı olarak da satışlarda kayıplara neden olacağı söylenilebilmektedir. Aynı zamanda talebin doğru yönetilememesinden dolayı işletme, çeşitli maliyetlere katlanmak durumunda kalmaktadır. Örneğin, talep tahmininin gerçekleşen talep miktarından daha yüksek olarak belirlenmesi, işletmelerde stoklarda fazladan hammadde bulundurulması ve üretim kapasitesinin lüzumsuz bir biçimde zorlanması gibi çeşitli maliyetlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla lojistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde, toplam maliyetin minimum seviyeye indirilebilmesi bakımından talebin doğru yönetilmesi ve tahmin edilmesi büyük ölçüde önemli olmaktadır (Acar ve Köseoğlu, 2016: 77).

Ambalajlama Maliyetleri

Ambalaj, bir ürünün son tüketici tarafından kullanılıncaya kadar ürünün dışardan gelecek olan tehlikelere karşı hasar görmesini engelleyen, ürünün son

kullanma tarihine kadar bozulmamasını ve muhafaza edilmesini sağlayan, mali olarak bir değere sahip olan araç şeklinde ifade edilmektedir. Muhafaza edilen ürünün ağırlığı, büyüklüğü ve önemliliği ambalajın mali değerinin belirlenmesinde önemli birer faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Uzun, 2019: 92). Bu doğrultuda ürünlerin korunmasını sağlayan ambalajın, çeşitli maliyetleri barındırdığını söylemek mümkündür.

Ambalajlama maliyetleri, toplam lojistik maliyetlerinin içerisinde %5 ve daha düşük oranda bir paya sahiptir. Bu maliyetler, verilen sipariş emrinin gerçekleştirilmesiyle ilgili olup, taşıma şekli, sipariş miktarı gibi ürünün özelliklerine bağlıdır. Bir ürünün sipariş miktarı ile ambalajlama maliyetleri arasında ters orantı varlığından söz edilebilir. Verilen sipariş miktarı ne kadar fazla ise ambalajlama maliyetleri o oranda düşmektedir. Sipariş miktarının az olması durumunda ise tersi durum söz konusu olmaktadır. Aynı zamanda ürünün ağırlığı ve hacmi arttığında, ambalaj maliyetlerinde bu doğrultuda azalma görülmektedir. Buna örnek olarak, özel ambalaj gerektirmeyen dökme yükler (petrol ürünleri, kireçtaşı, tahıllar gibi) gösterilebilmektedir. Ayrıca ambalajda kullanılan malzeme ve ambalajlama esnasında gerçekleştirilen işlemlerin maliyeti de toplam ambalajlama maliyetlerini etkilemektedir (Koban ve Yıldırım Keser, 2013: 103-104).

Bir işletmede ürünlerin etiketlenmesi, koruyucu malzemelerin kullanılması ve taşıma üniteleri ambalajlama maliyetini oluşturmaktadır. Ambalajlama maliyetlerini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerin başında ambalajlanacak ürünün miktarı gelmektedir. Çünkü ambalajların ne kadarının dolu veya boş olduğu, ambalajlama maliyetlerini artırıp azaltabilmektedir. Aynı ambalajın içerisine konulacak olan malzemenin fazlalığı birim bazında maliyetleri düşürürken, eksik konulan malzemeler ise birim maliyetleri artırmaktadır (Subaşı, 2009: 46). Dolayısıyla ambalajlama maliyetlerinin indirilmesi hem toplam lojistik maliyetlerin azalmasını hem de işletme kârlılık oranının artmasını sağlamaktadır.

Sipariş Süreci ve Satın Alma İle İlgili Maliyetler

Sipariş maliyeti, bir üretim işletmesinin müşteri tarafından sipariş edilen ürünü üretmek için ihtiyaç duyduğu hammadde, malzeme ve hizmetlerin tedarik edilmesinde katlanılan fedakârlıkların ortaya çıkardığı maliyetlere denilmektedir (Köfteci, 2008: 57). Sipariş maliyeti, çeşitli maliyetlerin toplamından meydana geldiğinden dolayı, işletmeler bakımından farklı alanlarda ortaya çıkan bu maliyetleri bir araya getirmek oldukça zor olmaktadır (Christopher, 2011: 67).

Sipariş maliyeti, toplam lojistik maliyetlerinin içerisinde yaklaşık olarak %7 oranında bir paya sahiptir. Bu maliyetler genellikle siparişin alınması, alınan

siparişin hazır hale getirilmesi ve siparişe ait fatura düzenlenmesi ile ilgili maliyetlerdir. Müşterilerin siparişler ile ilgili özel taleplerde bulunmasından kaynaklanan ilave maliyetler, özel talepleri yerine getirme sürecinde ortaya çıkmaktadır. Müşterinin verdiği siparişin acil olarak teslim edilmesi şeklindeki özel isteği buna örnek olarak gösterilebilir. Bunun yanı sıra sipariş, bazı kritik olan malzemelerin siparişinin tamamlanması beraberinde ilave maliyetler getirmektedir. Özellikle sipariş ile ilgili şikâyetler, ek teslimat gerektiren siparişler ve sipariş hakkındaki bilgilerin paylaşılması gerekli olan siparişler yüksek maliyetlere neden olmaktadır (Koban ve Yıldırım Keser, 2013: 104). İşletmeler, sipariş maliyetlerini en aza indirebilmek için optimum düzeyde sipariş büyüklüğünü tespit edebilecek bir bilgi sistemi kurmaları gerekmektedir. Böylelikle sipariş sürecinin ekonomik bir şekilde yönetilmesi sağlanabilmektedir. Ayrıca işletme tarafından kurulmuş olan bu bilgi sisteminden kaynaklanan maliyetler de sipariş maliyetlerine dâhil edilmektedir (Özdemir, 2007: 37).

Sipariş maliyetlerinin yanı sıra siparişin yerine getirilebilmesi için satın alınan hammadde, malzeme, mal ve hizmetler de çeşitli maliyetler doğurmaktadır. Burada satın alınan mal veya hizmetin kalitesine dikkat etmeleri ve aynı zamanda ortaya çıkacak olan maliyeti de göz ardı etmemeleri gerekmektedir. Sözü edilen maliyetten kasıt, sadece alış fiyatından kaynaklanan maliyet değildir. Bunun yanında depolama, taşıma, kayıp, fire, sigorta bakım gibi maliyetler de toplam satın alma maliyetine dâhil edilerek bütüncül bir yaklaşım ortaya konmalıdır. Bu yaklaşımla satın alma sürecini gerçekleştiren bir işletme, mal ve hizmetlerin problemsiz bir şekilde akışının sağlanması ve buna bağlı olarak ortaya çıkan maliyetlerin en aza indirilmesi ile satın alma hedefini en uygun maliyetle gerçekleştirebilmektedir (Gürsoy, 2011: 130).

Yönetim Maliyetleri

Lojistik işletmelerin yönetim ile ilgili faaliyetleri, müşterinin talebi ile başlayıp bu talebin gerçekleştirilmesine kadar devam etmektedir. Müşterilerin talep ettiği ürünlerin, üretilmesi veya tedarik edilmesi, istenilen kalitede ve istenilen süre içerisinde teslim edilmesi yönetimin faaliyetleri içerisinde yer almaktadır. Lojistik yönetimi, ürünlerin işletmeden müşteriye doğru akışını etkileyebilecek faktörler hakkında bilgi edinerek bu faktörleri doğru bir şekilde yönetmeyi sağlayabilmektedir. Böylelikle lojistik yönetimi, gerçekleştirilen faaliyetler sonucu yönetim ile ilgili maliyetleri belirleme fırsatı yakalamaktadır (Uzun, 2019: 93).

Yönetim maliyetleri, lojistik faaliyetlerin yerine getirilmesinde ortaya çıkan yönetim ile ilgili maliyetlerden meydana gelmektedir. Bu açıdan bakıldığında, yönetim maliyetlerinin işletmenin gerçekleştirmiş olduğu lojistik faaliyetleri sonucu ortaya çıkan ve her bir maliyetin belli bir oranının toplamından oluştuğu söylenilebilmektedir. Buna lojistik departmanında çalışan yöneticinin maliyeti örnek olarak gösterilebilmektedir. İşletmeler, yönetim maliyetini tespit ederken, çeşitli faaliyetleri toplu bir şekilde ele almaları gerekmektedir. Bu durum veri toplamayı geciktirdiği gibi çeşitli hesap hatalarının ortaya çıkmasına ve böylece yönetim maliyetlerinin tespit edilmesinin gecikmesine neden olabilmektedir. Yönetim maliyetleri, toplam lojistik maliyetleri içerisinde yaklaşık olarak %13 oranında bir paya sahiptir. İşletmeler bakımından bu oran göz ardı edilebilecek bir oran değildir (Koban ve Yıldırım Keser, 2013: 104).

Temel lojistik faaliyetlerden kaynaklanan maliyetlerin yanı sıra lojistik ile ilgili işlemlerin yerine getirilmesine destek olan çeşitli faaliyetlerden kaynaklanan maliyetler bulunmaktadır. Söz konusu destekleyici lojistik faaliyetlerden kaynaklanan maliyetler şunlardır: (Uzun, 2019: 95):

- Dağıtım ile ilgili maliyetler,
- Ürünlerin üretilebilmesi için fabrika içinden alınan destekler ile ilgili maliyetler,
- Üretim sistemi için gerekli olan montaj süreçleri ile ilgili maliyetler,
- Elleçleme ile ilgili maliyetler,
- Tersine lojistik faaliyetlerinden kaynaklanan maliyetler,
- İhracat ve ithalat ile ilgili maliyetler,
- Taşıma modunun seçimi ile ilgili maliyetler,
- Gümrükleme işlemleri ile ilgili maliyetler,
- Sigortalama ile ilgili maliyetler,
- Taşıma kapsamının tespit edilmesi ile ilgili maliyetler,
- Müşteri ilişkilerinin yönetiminden kaynaklanan maliyetlerdir.

Yukarıda lojistik işletmelerinin destekleyici faaliyetleri ve bu faaliyetler sonucu ortaya çıkan maliyetler belirtilmektedir. Buna göre toplam destekleyici lojistik maliyetlerin birden fazla faaliyet sonucu ortaya çıktığı söylenilebilmektedir.

LOJİSTİK FAALİYETLERİ MALİYETLEME YÖNTEMLERİ

Lojistik yöneticilerin gerçekleştirilen lojistik faaliyetlerin, işletmenin amaçları doğrultusunda yapılıp yapılmadığını tespit edebilmek için bu faaliyetler sonucu ortaya çıkan maliyetler hakkında ayrıntılı bilgiye sahip olmaları

gerekmektedir. Nitekim lojistik yöneticileri, müşterilerin, ürünlerin ve tedarikçilerin lojistik maliyetlerine olan etkilerini ve bunlarla ilgili esnek yönleri belirlemeyi amaç edinip bu doğrultuda hareket etmeleri gerekmektedir (Karal, 2016: 45-46).

Lojistik yöneticilerinin gerçekleştirilen lojistik faaliyetlerden kaynaklanan maliyetleri doğru bir şekilde belirlemeleri işletmelerin sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir. Söz konusu maliyetleri belirlemek amacıyla birden fazla yöntem ortaya çıkmıştır.

Faaliyete Dayalı Maliyetleme Yöntemi

Faaliyete dayalı maliyetleme, işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken kullandıkları kaynağın maliyetini belirlemek ve bu maliyet ile ilgili detaylı bilgilere sahip olma ihtiyacını karşılamak amacıyla ortaya çıkan maliyetleme yöntemidir (Cardos ve Pete, 2011: 153). Bu yöntemi, faaliyetler, performans ölçümleri, maliyet etkenleri ve kaynaklar ile ilgili bilgileri tüm detayları ile sunan, veri tabanı şeklinde tanımlamak mümkündür (Çakır Eker, 2002: 239). Ayrıca belirli talepler ve faaliyetler arasındaki ilişkiye odaklanarak yöneticilere yol gösterici olma özelliğinin yanı sıra maliyetleri, gerçekleştirilen faaliyetlere göre dağıtarak geleneksel yöntemden ayrılmaktadır (Aslan ve Karavaizoğlu, 2009: 68).

Üretim sisteminde üretilen ürünlerin nihai tüketicilere ulaşılabilmesi için çeşitli aşamalardan geçmesi gerekmektedir. Örneğin, üretilen “K” ürününün üreticiden-toptancıya, toptancıdan-perakendeciye ve perakendeciden-tüketicie doğru bir akışı söz konusudur. Bu aşamaları bir zincirin halkalarına benzetmek yanlış olmamaktadır. Burada her bir halka bir işletmeyi temsil etmektedir. Her bir işletmenin gerçekleştirdiği faaliyetler, ilgili işletmenin görev alanını oluşturmaktadır. Faaliyete dayalı maliyetleme, zincirin halkalarını oluşturan bu işletmelerin yaptığı faaliyetleri belirleyerek, her işletme faaliyetlerinin maliyetlerini ayrı bir şekilde hesaplamaktadır. Burada hesaplanan maliyetler, tedarik zincirinin halkalarını oluşturan işletmelerin kendi ilkeleri doğrultusunda değişebilmektedir (Deran, Arslan ve Köksal, 2014: 166).

Faaliyete dayalı maliyetleme yöntemini kullanan işletmeler, her müşterinin dağıtım gereksinimi ve sipariş davranışı bakımından benzer olmayan özellikleri birbirlerinden ayrılmış bir şekilde muhasebeleştirebilme avantajı elde etmektedirler. Çünkü bir hizmet maliyetin gerçek tutarının net olarak tespit edilebilmesi, her bir faaliyet için eklenen maliyetlerin belirlenmesine bağlı olmaktadır. Teslimat başına ortaya çıkan maliyetler buna örnek olarak gösterilebilir. Bu bağlamda faaliyete dayalı maliyetleme yönteminin, maliyetleri

belirleme konusunda geleneksel yöntemlerden daha mantıklı bir temele dayalı olduğu söylenilebilmektedir (Christopher, 2011: 80).

Hedef Maliyetleme Yöntemi

Hedef maliyet, hedef fiyattan hedef kâr marjının düşürülmesi suretiyle bulunmaktadır. Buradaki hedef fiyat, piyasaya sürülmesi planlanan ürünlerin, yapılan piyasa araştırması ve analizi sonucu belirlenen fiyatı ifade etmektedir. Hedef kâr marjı ise, işletmelerin yapmış oldukları rekabet analizleri, geçmiş dönemli sonuçlar ve işletmelerin kâr beklentilerine göre belirlenen kavramı ifade etmektedir. Hedef maliyetlemenin amaçlarından ilki, ürün için hedeflenen maliyet tutarında üretimi gerçekleştirmek ve ürününün fonksiyonelliğini yönetmektir. İkinci amacı ise, ürünü arz edenlere yönelik bir baskı uygulayarak fiyatın indirilmesini sağlamaktır. Fiyatların düştüğü veya stabil kaldığı ve müşteri beklentilerinin sürekli arttığı bir piyasada, ürün satış fiyatı, ürünün fonksiyonel özelliklerine ve müşteri beklentilerine göre belirlenmektedir. Bu bağlamda müşterinin ürünlerden beklentileri ürünün fonksiyonelliğini, ürünün fonksiyonelliğinin de fiyatı belirlediği söylenilebilmektedir (Acar, 1998: 83-85).

Hedef maliyet kavramı, piyasa satış fiyatına göre hesaplanan ve beklenen kâr elde edebilecek bir maliyet şeklinde tanımlanmaktadır. Hedef maliyet yaklaşımı ise yeni bir ürünün tasarlandığı ve bu ürün için kabul edilebilir en yüksek maliyetin tespit edildiği bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda hedef maliyetleme yaklaşımının mamul maliyetleme konusunda geleneksel yaklaşımdan farklılaştığı söylenilebilmektedir (Yükçü ve Gönen, 2008: 75). Hedef maliyetleme, bir mamulün tasarımı ve üretimi yapılmadan önce işletmeler tarafından yararlanılan bir yöntemdir. Bu yöntemde ürün tasarlanmadan müşterinin istekleri dikkate alınmaktadır. Müşteri istekleri doğrultusunda üretimin tasarımı üzerinde durulmakta ve ürünün bütün yaşam seyrine yayılmaktadır. Bir başka deyişle, bir ürünün hedef edilen bir kâr üzerinden elden çıkarılabilmesi ve ürünün üretiminin gerçekleştirilebilmesi için kullanılan kaynakların maliyetinin hesaplanmasıdır (Aslan ve Karavaizoğlu, 2009: 62).

Hedef maliyetleme sayesinde, müşteri istekleri ile maliyet tutarının birbirini tamamlaması ve bunun işletmenin kârlılık durumuna yansımaları sağlanabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, hedef maliyetlemenin yalnızca kontrol amacıyla kullanılan bir araç olmadığı, aynı zamanda müşteri değer mühendisliği ile değer analizini kapsayan ve işletmeler için stratejik bir öneme sahip bir araç olarak görülebilmektedir (Uyar, 2019: 33).

Toplam Maliyetleme Yöntemi

Toplam maliyetleme yöntemi, faaliyetlerden kaynaklanan maliyetleri ayrı ayrı değil de toplam maliyeti hesaplayan bir maliyetleme yöntemidir. Bu maliyet yönteminin işletmeler tarafından benimsenmesi durumunda, işletmelerin toplam maliyetlerini azaltmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir. Çünkü işletmeler mal akışını sağlayabilmek için lojistik faaliyetlerini gerçekleştirmek durumdadırlar. Gerçekleştirilen her faaliyet için maliyet üzerinde durulacağına, tüm lojistik faaliyeti sonrasında ortaya çıkan toplam lojistik maliyet üzerinde durularak bu maliyeti minimum seviyeye indirmeye odaklanmaları gerekmektedir (Tokay, Deran ve Arslan, 2011: 7).

Toplam maliyetleme yönteminin özelliği, bir karar alınırken bu kararlarla ilgili bütün lojistik maliyet unsurlarının birlikte değerlendirilmesidir. Örneğin, taşıma türü olarak havayolları taşımacılığını tercih eden bir işletmenin nakliye maliyetleri artarken, öte yandan hızlı taşımadan dolayı siparişlerin hızlı bir şekilde ulaştırılması, hızlı sipariş döngüsünü ortaya çıkarmaktadır. Aynı zamanda hızlı sipariş döngüsü ile işletme daha düşük seviyelerde elinde stok tutmaktadır. Bu sayede hem stok taşıma maliyetinin hem de depolama maliyetinin minimize edilmesi sağlanmaktadır. Toplam lojistik maliyetlerinin (taşıma, depolama, envanter maliyetleri gibi) toplam maliyetten daha az olduğu düşünüldüğünde, işletme hızlandırılmış taşımayı kullanarak müşteri memnuniyetini de sağlamış olmaktadır (Murphy ve Knemeyer, 2018: 28).

Toplam maliyetin içerisinde bulunan lojistik faaliyetlerden kaynaklanan maliyetlerin toplam tutarının belirlenebilmesi için bu maliyetlerin detaylı bir biçimde hesaplanması gerekmektedir. Söz konusu lojistik maliyetler, genellikle sezgiye veya tecrübeye dayalı bir şekilde belirlendiğinden buna dayalı olarak verilen kararların olumsuz sonuçlara yol açacağı ihtimali bulunmaktadır. Dolayısıyla yöneticiler tarafından, doğru ve güvenilir bilgiye ulaşımı sağlayacak olan maliyet sistemlerin kurulması önem arz etmektedir (Deran, Arslan ve Köksal, 2014: 152).

Ürün ve Müşteri Kârlılığı Analizi Yöntemi

Direkt ürün kârlılığı yöntemi yardımıyla ürün kârlılığı analiz edilirken bu ürünle ilgili taşıma, depolama, satış işlemleri gibi direkt maliyetlerin birim bazında düzenlenmesi ve birim başı brüt satış kârı hesaplanmaktadır. Başka bir deyişle, ürünün birim başı satış kârının hesaplanmasıyla birlikte alınan siparişin yerine getirilmesinde kullanılan dağıtımla ilgili direkt maliyetlerin hesaplanması, direkt ürün kârlılığı analizi işlemidir (Karal, 2016: 48). Direkt ürün kârlılığı analizinde görülen temel sorun, bu yöntemin yalnızca direkt maliyet üzerine yoğunlaşıp diğer maliyetleri göz ardı etmesinden kaynaklanmaktadır. Böylelikle,

satın alma, yönetim, üretim, denetim, stok bulundurma, tedarikte meydana gelen gecikmeler, kontrol gibi bütün diğer yönetsel, sabit olan ve genel olan maliyetler, bu analiz yönteminde analiz edilen maliyetler kapsam dışında bırakılmaktadır (Uzun, 2019: 96).

Müşteri kârlılığı analizi, müşterilere sunulan hizmetten dolayı ortaya çıkan toplam maliyet ve sunulan bu hizmetler sonucu elde edilen gelirin hesaplamasını yapan bir analiz yöntemidir (Aslan ve Karavaizoğlu, 2009: 68). Burada elde edilecek olan kâr, ürün fiyatına, satın alınan ürüne, hacme, tamamlayıcı olan ek hizmetlere ve katma değerli hizmetlere bağlanmaktadır (Bowersox, Closs ve Cooper, 2002: 40). Müşteri kârlılığı analizine göre kârlılık analiz edilirken, müşterileri birbirinden ayırarak her biri için ayrı değerlendirmelerde bulunulmakta ve bu değerlendirmede de sunulan hizmetler ile ortaya çıkan maliyetler her bir müşteri için ayrı olarak hesaplanmaktadır. Hesaplamaların bu şekilde yapılması, her müşterinin ihtiyaçlarının ve isteklerinin farklı olması ve bu farklılıklara göre hizmet sunulmasından kaynaklanmaktadır (Uzun, 2019: 97). Müşteri kârlılığı, genellikle sadece brüt kâr dikkate alınarak hesaplanmaktadır. Başka bir ifade ile müşteri tarafından belirli bir dönemde elde edilen net satışlardan, satışların maliyeti düşürülmek suretiyle müşteri kârlılığı hesap edilebilmektedir. Ancak bireysel bir müşterinin gerçek kârlılığı ortaya çıkmadan önce, dikkate alınması gereken birçok maliyet türü bulunmaktadır. Bu maliyetlerin birçoğu müşterilere sunulan hizmetlerden kaynaklanmaktadır. Burada lojistik ile ilgili stratejilerin ne şekilde geliştirilmesi gerektiği konusu, maliyetler açısından önem arz etmektedir (Christopher, 2011: 72-73).

Ürün kârlılığı ve müşteri kârlılığının meydana gelmesinde, işletme yönetiminin lojistik maliyetleri doğru bir şekilde yönetmesinin önemli bir payı bulunmaktadır. Nitekim bu durum, muhasebe yöneticilerinin uygulanan lojistik faaliyetler sonucu ortaya çıkan maliyetler ile ilgili verilere ulaşabilmeleri ve bu veriler üzerinden maliyet analizi yapmaları, aynı zamanda bu verilerin devamlı olarak takip edebilmeleri ile mümkün olabilmektedir (Koban ve Yıldırım Keser, 2013: 105).

Tam Zamanında Üretim Anlayışıyla Maliyetleme Yöntemi

Tam zamanında üretim sistemi, bir üretim işletmesinde gereksiz işlemleri elemek suretiyle olabilecek en yüksek verimi yakalama yaklaşımı şeklinde tanımlanmaktadır. Başka bir ifade ile üretim sistemi ile verimsizlikleri ortadan kaldırmayı, üretilen bir ürünün dağıtım olanaklarını artırarak maliyetini azaltmayı, aynı zamanda toplam kalite kontrolleri sayesinde ürün kalitesini artırmayı amaçlayan sisteme tam zamanında üretim sistemi denilmektedir (Savaş, 2003: 216). Üretim işletmelerinde kullanılan tam zamanında üretim sistemi,

çekme stratejisinden yararlanmaktadır. Bu stratejiye göre müşteri tarafından ürüne olan talep ile geriye doğru bu talep yerine getirilir. Böylelikle geriye doğru talep ile direkt hammadde, malzeme ve diğer üretim hattı boyunca üretim süreci başlatılmaktadır. Böylece üretim işletmesi tam zamanında üretim anlayışı sayesinde, düşük miktarda stoklamayla birlikte stok maliyetlerini de en aza indirmeyi, müşteri talebini anında karşılamayı ve üretilen ürünlerin yüksek kaliteye sahip olması gibi avantajlara sahip olmaktadır (Gümüş, 2007: 50).

Tam zamanında üretim sistemin amacı olan stokları sıfırlamak anlayışı, stoklardan kaynaklanan maliyetleri ortadan kaldırmak ve bu maliyetlerin ürüne yansıtılmasını en aza indirmek isteyen işletmeler için önem arz etmektedir. Böylece işletmeler, müşteriye tatmin edebilecek ürün fiyatlandırması yapabilmektedir. Ancak işletmelerin stoklardan kaynaklanan maliyetleri minimum seviyeye indirebilmeleri için stokların mümkün olan en düşük miktarda tutulmasını sağlamaları gerekmektedir. Bu da tam zamanında üretim anlayışla üretim yapan işletmeler için mümkün olabilmektedir (Duman, Arsu ve Apak, 2014: 15). İşletmelerin rakipleriyle rekabet edebilmeleri ve önceden belirlediği hedeflerine ulaşabilmeleri bakımından katlandıkları maliyetlerin etkisi yüksektir. Tam zamanında üretim anlayışıyla hareket eden işletmeler, stok kontrolüne gereken önemi vererek stok maliyetlerini en aza indirebilmektedirler. Bu üretim anlayışının, üretimin tasarlanması yanında maliyetlerin yönetilmesiyle de ilgili olduğu, böylece maliyetlerin hesaplanması ile ilgilenen maliyet muhasebesi ile birlikte yönetim muhasebesi ile de yakından ilişkili olduğu söylenilebilmektedir (Aslan ve Karavaizoglu, 2009: 63).

Tedarik Zinciri Maliyetlemesi Yöntemi

Tedarik zinciri maliyetlemesi, işletmenin bir ürünü müşteriye ulaştırıncaya kadar gerçekleştirdiği faaliyetler (tedarikçi ve müşteri ile kurulan iletişim ve bu ilişkilerin yönetilmesi) sonucu ortaya çıkan maliyetlerin toplamı şeklinde tanımlanmaktadır (Kahveci, 2020: 109). Başka bir ifade ile bir ürünün üretiminin gerçekleştirilebilmesi ve müşteriye teslim edilebilmesi için tedarik zincirinin halkaları ile kurulan ilişkinin ortaya çıkardığı maliyete tedarik zinciri maliyeti denir.

Tedarik zinciri maliyetlemesi, maliyet bazlı bir performans değerlendirmesinin yapılmasına imkân tanımaktadır. İşletmenin tedarik zinciri halkalarını oluşturanlara, ortaya çıkan maliyetler hakkında bilgi vermeleri gerekmektedir. Bundan dolayı işletmeler, tedarik zinciri esnasında ortaya çıkan maliyetleri doğru bir şekilde hesaplamak ve bu maliyetlere hâkim olmak durumundadır. Elde edilen bu bilgilerin işletmece tedarik zincirinin halkalarını oluşturan işletmeler ile paylaşılması gerekmektedir (Yörük, 2019: 44).

Tedarik zinciri maliyetlemesi yönteminde, oluşan maliyetlerin tedarik zincirindeki halkalarla paylaşılmasının nedeni, halkaları oluşturan işletmelerden bu maliyetleri indirme beklentisi içinde olmalarından kaynaklanmaktadır. Böylece işletmenin, piyasa tarafından şekillenen ürün fiyatlandırması kapsamında hedeflediği kâra ulaşabilme ihtimali artmaktadır. Bu da bir ürünün üretilmesinde, tedarikçiden müşteriye kadar olan halkalarda ortaya çıkan maliyetlerin işletme bakımından önemini ortaya koymaktadır (Türker, Balyemez ve Biçer, 2005: 462). Tedarik zincirinin her bir halkasında ortaya çıkan maliyetlerin indirilmesi ile ilgili çalışılması ve bu maliyetlerin yönetilmesi, tedarik zinciri başarısının anahtarını işletmeye getirmektedir. Aynı zamanda bu yöntem, bilgi akışlarının uygun bir şekilde yönetilmesinde işletmeye büyük ölçüde katkı sağlamaktadır (Chopra ve Meindl, 2013: 4).

Kazan – Kazan (Win – Win) Yöntemi

Kazan-kazan yöntemi, karşılıklı olarak kurulan ilişkilerde sadece bir tarafın değil bütün tarafların kazanmasını benimseyen bir yöntemdir. Bu yöntemin benimsediği yaklaşıma göre, bir ürünün üretilmesi amacıyla gerçekleştirilen faaliyetler ve tedarik zincirinde yer alan halkalar ile kurulan ilişkiler sayesinde bütün halkaların birlikte hareket etmeleri gerekmektedir. Her bir taraf kendi sorumluluğundaki işi, başarılı bir şekilde yaptıklarında bütün olarak kazanacaklarının farkında olmalıdırlar. Ayrıca tarafların karşılıklı kazanacaklarına inanıp ve buna güvenmeleri, bu yöntemin etkinliğini artırmaktadır (Uzun, 2019: 100). Kazan-kazan yöntemini benimseyen işletmeler, bu yöntemin gereklerini de yerine getirmek durumundadırlar. Birlikte kazanma düşüncesiyle yola çıkarak bu konuda birbirlerine katkıda bulunmalıdırlar. Ayrıca karşılıklı kazanmanın tek başına kazanmaktan daha fazla kazanım sağladığının farkında olan işletmeler, kazan-kazan yönteminin uygulanması için çaba sarf ederek tarafları ikna etmek durumundadır (Aşkun, 2003: 154).

İşletmeler kazan-kazan yöntemini uyguladıklarında, bu yöntemin temel felsefesi olan kazanırken kazandır anlayışını benimsemektedirler. Bu yöntem çalışan ile işletme arasında da uygulanabilir; ancak daha çok tedarikçiler ile kurulan ilişkide uygulanmaktadır. Burada hammaddenin veya ürünün tedarik edildiği işletmeye kazandırmanız durumunda tedarikçi işletme de size kazandırır anlayışı hâkimdir (Öztürk, Aslan Çetin ve Cengiz, 2018: 64).

Toplam Sahip Olma Maliyeti Yöntemi

Toplam sahip olma maliyeti, satın alınan bir ürünün fiyatının ötesine geçerek, bu ürünün yaşam boyunca kullanımı, bakımı ve elden çıkarılmasının, işletmeye maliyetinin belirlenmesine yönelik bir yöntemdir. Buradaki amaç, ürünün

işletmeye toplamda ne kadar mal olacağını hesaplamaktır (Ellram ve Siferd, 1998: 57). İşletmelerde toplam sahip olma maliyeti, ürünün satın alma fiyatı dışında işletmelerin elde edeceği net kârı azaltabilecek veya tamamen ortadan kaldıracabilecek büyüklüğe sahip olabilmektedir. Ayrıca, ortaya çıkan bu maliyetten dolayı yapılan birçok işlemde müşteri mağdur duruma düşebilmekte, bu da müşteri kaybına neden olabilmektedir (Christopher, 2011: 78).

Lojistik işletmeleri açısından toplam sahip olma maliyeti değerlendirildiğinde; toplam sahip olma maliyeti, lojistik işletmelerin bir hammaddeyi veya ürünü satın alıp müşteriye teslim edilmesi sürecinde gerçekleştirmiş oldukları faaliyetlerden kaynaklanan, aynı zamanda bu ürünün yolda bozulmasından veya hatalı üründen dolayı ortaya çıkan maliyetlerin toplamını oluşturmaktadır. Bu yöntem, işletmelerde uygulandığında gerçek maliyetin hesaplanmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Misyon Maliyetleme Yöntemi

Misyon, organizasyonun varoluş nedenini ortaya koyan bir kavramdır. Bir işletmenin var olma sebebi, işletmenin hayatını idame edebilmesi açısından önemlidir. Misyonun varlığı, işletmenin kâr elde etme amacından daha önemli olduğu söylenilebilir. Çünkü misyon, işletmenin neden var olduğunu açıklayıp işletmenin amaçlarına ulaşmada bir yol gösterici görevi üstlenmektedir. Dolayısıyla bir işletmenin, örgütün veya organizasyonun misyon kavramını içselleştirmesi, varoluşlarına ilişkin koymuş oldukları hedeflere ulaşma açısından önem arz etmektedir (Kılıç, 2010: 90-91). Bir işletmenin misyon kavramı doğrultusunda hareket etmesi, beraberinde belirli maliyetleri getirmektedir. Lojistik işletmelerinde müşterilere daha kaliteli ürün, ulaşım veya dağıtım gerçekleştirmesi için gerçekleştirilen faaliyetlerin maliyetleri, misyon maliyeti içerisinde yer aldığı söylenilebilmektedir.

Etkili bir misyon maliyetleme uygulamasının aşamaları şunlardır (Christopher, 2011: 80-81):

- Müşteri hizmetleri segmentinin belirlenmesi: Müşterilerin hizmetlerden beklentileri farklı olabilmektedir. Bundan dolayı müşterileri bölümler şeklinde tanımlayarak ona göre davranılması gerekmektedir.
- Verilen hizmetlerden dolayı ortaya çıkan maliyetlerde değişme yaratan faktörlerin belirlenmesi: Bu aşama, doğrudan veya dolaylı olarak hizmet maliyetleri üzerinde etki yaratan faktörlerin belirlenmesine yöneliktir. Özel olarak hazırlanan paketler ve ürün teslim özellikleri, bu aşamaya örnek olarak gösterilebilmektedir.

- Müşteri segmentlerini desteklemek amacıyla kullanılan belirli kaynakların tanımlanması: Bu aşamada misyon ilkeleri ile faaliyete dayalı maliyetlemede hesaplanan maliyetler çakışmaktadır.
- Müşteri segmenti ya da türüne göre faaliyet maliyetlerinin belirlenmesi: Bu aşamada, müşterilerin kullandığı kaynağa göre maliyet ortaya çıkmakta veya belirlenmektedir.

Kaizen Maliyetleme Yöntemi

Bir işletmede, gerçekleştirilecek olan ürün üretiminin ne şekilde yapılacağı belirlendikten sonra bu sürecin etkin bir şekilde yürütülmesi önem arz etmektedir. Kaizen maliyetleme yöntemi ile bu sürecin faaliyetleri kontrol edilebilmektedir. Üretim aşamasında kullanılan kaizen maliyetleme, üretim sistemini sürekli bir şekilde geliştirerek ve iyileştirmeler yaparak maliyetleri azaltmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda israfın önüne geçilmesi, personellerin eğitilmesi ile birlikte motivasyonlarının artırılması, üretimi gerçekleştirecek olan makinelerin performanslarını geliştirerek üretim sisteminin daha kaliteli ve az maliyetli olabilmesi için iyileştirmeler yapmaktadır (Gümüş, 2007: 46). İşletmelerde çeşitli alanlarda iyileştirmeler yapmak mümkündür. Kaizen, buradan yola çıkarak küçük ama etkili adımlarla üretim aşamasında maliyetlerin azaltılması ve sürekli iyileştirmesine odaklanmaktadır. Üretim aşamasında, değişken ve esnek üretim maliyetleri azaltma yoluna gidilirken pazarlama ve satış, araştırma ve geliştirme, genel yönetim gibi üretim dışı olan bölümlerde ise sabit maliyetleri azaltma yoluna gidilebilmektedir (Civelek ve Özkan, 2008: 655).

Üretim süreçlerinin üretim aşamasında iken iyileştirilmesini amaç edinen ve böylece maliyetleri azaltmayı hedefleyen kaizen maliyetlemenin, sayısal ve sayısal olmayan verilerden yararlanarak söz konusu amaçlarına ulaşmak için hareket ettiği söylenilebilmektedir (Kahveci, 2020: 98). Üretim maliyetlerinin birbirine yakın olduğu küresel bir ortamda, işletmeler maliyetlerini azaltma yoluna giderek kârlılık oranını yükseltebilmekte ve bu da işletmenin uluslararası rekabet edebilme gücünün artırmasını sağlamaktadır (Şenel, 2012: 85).

SONUÇ

Müşteri istek ve beklentilerinin sürekli değiştiği günümüzde işletmelerin varlığını sürdürebilmeleri için değişen koşullara göre faaliyetlerini şekillendirmeleri gerekmektedir. Özellikle lojistik faaliyetlerin belirli bir plan çerçevesinde gerçekleştirilmesi işletmeler için önemlidir. Gerçekleştirilecek lojistik faaliyetlerden kaynaklanan maliyetlerin önceden belirlenmesi ve bu maliyetlerin minimum düzeye indirilebilmesi için çeşitli analiz ve hesaplamaların yapılması gerekmektedir. İşletmelerin rekabet edebilmeleri ve sürdürülebilir

olmaları açısından maliyet önemli bir unsurdur. İşletmelerin gerçekleştirecekleri faaliyetlere ilişkin ortaya çıkacak olan maliyetleri gerçeğe yakın bir şekilde hesaplaması, işletme yönetiminin doğru karar almasına yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmada işletmelerin lojistik faaliyetlerinden kaynaklanan maliyetlerin hesaplanmasında işletmelerin kullanabileceği maliyetleme yöntemlerinin faaliyete dayalı maliyetleme, hedef maliyetleme, toplam maliyetleme, ürün ve müşteri kârlılığı analizi, tam zamanında üretim anlayışıyla maliyetleme, tedarik zinciri maliyetlemesi, kazan – kazan (win – win), toplam sahip olma maliyeti, misyon maliyetleme ve kaizen maliyetleme yöntemlerinin olduğu belirlenmiştir. Bu maliyetleme yöntemlerinin her biri farklı özelliklere sahip olmakla birlikte maliyeti minimize etme amacı gütmektedirler. Söz konusu maliyetleme yöntemlerinin deneyime dayalı olan geleneksel yöntemlerden farklı olarak çeşitli analiz ve hesaplamalar yaparak gerçeğe yakın maliyet tutarlarını hesaplayabildiklerinden dolayı işletmelerin geleceğe yönelik kararlarında etkili olduğu sonucu çıkarılabilir.

Çalışmada lojistik faaliyetlerden kaynaklanan maliyetler ve bu maliyetlerin hesaplanmasında kullanılan maliyetleme yöntemleri açıklanarak çeşitli yönleriyle irdelenmiştir. Daha sonra lojistik faaliyetlerinde kullanılan maliyetleme yöntemleri birbiri ile karşılaştırılarak hangi maliyetleme yöntemlerinin birlikte kullanılabileceği üzerine bir çalışma yapılabilir. Ayrıca bir lojistik işletmesinde lojistik faaliyetlerinde kullanılan maliyetleme yöntemleri karşılaştırılarak maliyetleri en aza indirme açısından bir uygulama yapılabilir.

Teşekkür: Bu çalışma Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümünde hazırlanan “Covid-19 Pandemisinin Lojistik İşletmelerinin Faaliyet ve Maliyetleri Üzerindeki Etkilerine İlişkin Yönetici Algılarının Tespit Edilmesi” adlı doktora tezinden üretilmiştir. Çalışmanın yapılmasında beni yönlendiren doktora tez danışmanım sayın Prof. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ hocama teşekkür ederim.

KAYNAKÇA

1. Acar, A. Z. (2016). Lojistiğe Giriş. A. Z. Acar, A. M. Köseoğlu (Ed.) *Lojistik Yaklaşımıyla Tedarik Zinciri Yönetimi* (1-22) (Nobel Yayıncılık, Ankara).
2. Acar, A. Z. ve Kocaoğlu, B. (2016). Envanter Yönetimi. A. Z. Acar ve A. M. Köseoğlu (Ed.) *Lojistik Yaklaşımıyla Tedarik Zinciri Yönetimi* (109-132) (Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara).
3. Acar, A. Z. ve Köseoğlu, A. M. (2016). Talep Tahmini ve Tedarik Planlaması. A. Z. Acar ve A. M. Köseoğlu (Ed.) *Lojistik Yaklaşımıyla Tedarik Zinciri Yönetimi* (75-100) (Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara).
4. Acar, D. (1998). İleri maliyet yönetim yaklaşımı olarak hedef maliyetleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (3), 81-95.
5. Aslan, S. ve Karavaizoğlu, S.N. (2009). Maliyet tabanlı lojistik yönetimi. *Öneri Dergisi*, 8(32), 61-71.
6. Aşkun, O. B. (2003). Oyun kuramının" kazan kazan" paradigması açısından insan kaynakları yönetimi işlevlerinin irdelenmesi. *Öneri Dergisi*, 5(20), 149-155.
7. Bowersox, D. J., Cloos, D. J. ve Cooper, M. B. (2002). *Supply Chain Logistics Management* (McGraw-Hill Companies, New York).
8. Cardos, I. R. ve Pete, Ş. (2011). Activity-based costing (ABC) and activity-based management (ABM) implementation—is this the solution for organizations to gain profitability. *Romanian Journal of Economics*, 32(1), 151-168.
9. Chopra, S. ve Meindl, P. (2013). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation* (Pearson Education, New Jersey).
10. Christopher, M. (2011). *Logistics & Supply Chain Management* (Pearson Education, London).
11. Civelek, M. ve Özkan, A. (2008). *Maliyet ve Yönetim Muhasebesi* (Detay Yayıncılık, Ankara).
12. Çakır Eker, M. (2002). Genel üretim giderlerinin faaliyete dayalı maliyet yöntemine göre dağıtımı ve muhasebeleştirilmesinde 8 nolu ana hesap grubunun kullanımı. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 237-256.
13. Deran, A., Arslan, S. ve Köksal, A. G. (2014). *İşletmelerde Lojistik Maliyetlerin Hesaplanması: Maden İşletmesinde Uygulama Örneği* (Eğitim Yayınevi, Konya).

- 14.Duman, H., Arsu, T. ve Apak, İ. (2014). Tam zamanında üretim sistemi (TZÜ)/malietleme: Türkiye örneği (literatür taraması). *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3), 14-24.
- 15.Ellram, L. M. ve Siferd, S. P. (1998). Total cost of ownership: a key concept in strategic cost management decisions. *Journal of Business Logistics*, 19(1), 55-84.
- 16.Genç, R. (2013). Taşımacılık Yönetimi Sorunları. P. S. Meral (Ed.) *Lojistikte Güncel Konular: Kavramlar ve Uygulamalar* (72-83) (Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu Yayınları, İstanbul).
- 17.Gümüş, Y. (2007). Üretim işletmelerinde lojistik maliyetlerinin faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemine göre hesaplanması ve bir uygulama. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İzmir.
- 18.Gürsoy, G. (2011). Satın Alma. M. Tanyaş ve K. Hazır (Ed.) *Lojistik Temel Kavramlar, Lojistiğe Giriş* (119-135) (Çağ Üniversitesi Yayınları, Tarsus).
- 19.Gürsoy, Y. (2018). *Hizmet İşletmelerinde Muhasebe Uygulamaları* (Ekin Yayınevi, Bursa).
- 20.Kahveci, A. (2020). Çağdaş maliyet yöntemlerinin entegrasyonu ile lojistik maliyetlerde etkinliğin sağlanması: Bir ihracat firmasında uygulama. Doktora Tezi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, Alanya.
- 21.Karal, E. (2016). Lojistik maliyet yönetimi ve karlılık ilişkisi: Çay işletmeleri genel müdürlüğü (ÇAYKUR) üzerine uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Aksaray.
- 22.Kılıç, M. (2010). Stratejik yönetim sürecinde değerler, vizyon ve misyon kavramları arasındaki ilişki. *Sosyoekonomi*, 13(13), 81-97.
- 23.Koban, E. ve Yıldırım Keser, H. (2013). *Dış Ticarete Lojistik* (Ekin Yayınevi, Bursa).
- 24.Köfteci, S. (2008). Bir kara ulaştırma koridorunda yük taşımacılığı tür seçiminin lojistik maliyete göre modellenmesi. Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İnşaat Mühendisliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- 25.Köseoğlu, A. M. (2016). Taşımacılık. A. Z. Acar ve A. M. Köseoğlu (Ed.) *Lojistik Yaklaşımıyla Tedarik Zinciri Yönetimi* (233-260) (Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara).
- 26.Küçük, O. (2014). *Lojistik İlkeleri ve Yönetimi* (Seçkin Yayıncılık, Ankara).

27. Murphy, P. R. ve Knemeyer, A. M. (2018). *Contemporary Logistics* (Pearson Education, London).
28. Öz, M. (2019). *Lojistik Faaliyetlerde Dış Kaynak Kullanımı ve Pazarlama Tabanlı Yetenekler Üzerine Etkisi* (Eğitim Yayınevi, Konya).
29. Özdemir, F. S. (2007). Lojistik maliyet yönetiminde optimizasyonla sağlanan etkinlik artışının işletmelerin finansal yapısı üzerindeki etkisinin taşıma maliyetleri yönünden incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
30. Öztürk, S., Aslan Çetin, F. ve Cengiz, S. (2018). Lojistik faaliyetlerin maliyetlemesi. IV. International Caucasus-Central Asia Foreign Trade And Logistics Congress. Didim, Aydın, September 7-8.
31. Savaş, O. (2003). Tam zamanında üretim sisteminin gerektirdiği maliyet muhasebesinin temel nitelikleri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20, 203-218.
32. Subaşı, M. A. (2009). Gümrük işlemlerinin lojistik maliyetlere etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İstanbul.
33. Şenel, B. (2012). Dış ticaret işletmelerinde lojistik maliyetlerin önemi ve PTT örneği. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Dış Ticaret Eğitimi Bilim Dalı, Ankara.
34. Tokay, S. H., Deran, A. ve Arslan, S. (2011). Lojistik maliyet yönetiminde izlenebilecek stratejiler ve muhasebe eğitiminden beklentiler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29, 1-15.
35. Türker, M., Balyemez, F. ve Biçer, A. A. (2005). Üretim sürecinde tedarik zincirinin önemi ve maliyet yönetimi. V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, 25-27 Kasım.
36. Uyar, M. (2019). *Maliyet Muhasebesinde Değişim ve Güncel Yaklaşımlar* (Kriter Yayınevi, İstanbul).
37. Uzun, E. (2019). Lojistik işletmelerinde maliyetlerin faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemine göre hesaplanması: Bir uygulama. Doktora Tezi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Niğde.
38. Yörük, M. (2019). Lojistik maliyetlerin muhasebeleştirilmesi ve bir uygulama örneği. Yüksek Lisans Tezi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Manisa.
39. Yükcü, S. ve Gönen, S. (2008). Tedarik zinciri yönetimi ile hedef maliyetlemenin birlikte uygulanabilirliği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 40: 71-83.

**HİS VE DÜŞÜNCELERİN
KUŞAKLAR BOYUNCA ÇATIŞMASI:
Zeytin Ağacı Dizisi Örneği***

**Doç. Dr. Fatma KALPAKLI¹
Prof. Dr. Arif SARIÇOBAN²**

¹*Selçuk Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-0865-373*

²*Selçuk Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-5966-507X.*

** Bu çalışma 08-09.12.2022 tarihlerinde düzenlenen “The 21st International Stylistics Symposium/21. Uluslararası Deyişbilim Sempozyumu” etkinliğinde aynı başlıkla yapılan sunumun genişletilerek yeniden düzenlenmiş şeklidir*

Giriş

Zeytin Ağacı adlı Tv dizisinin ana karakterlerine tek tek değinecek olursak, dizide duygularını en çok göz ardı eden Operatör Doktor Ada Korkmaz ile başlayabiliriz. Ada zeytin yeşili gözleriyle, genç, güzel başarılı bir cerrahdır ve yurtdışındaki hastanelerden de davet almaktadır. Ancak, genç yaşına rağmen beklenmedik bir şekilde Ada'nın sağ elindeki titreme onu mesleğini icra edemez hale getirince, Balıkesir'in Ayvalık ilçesinde biraz kendini dinlenmeye alır. Tüm bu olanların üstüne, bir de Ada'nın annesi Belgin Hanım filmin son sahnelerine doğru "kalp krizi" geçirir ve kendisine anjiyo yapılır, fakat tüm çabalara rağmen en sonunda komaya girer. Ada'nın aile geçmişine bakıldığında ise, ailedeki tüm kadınların kalbinin kırık olduğu ve annesinin kız kardeşinin bir namus cinayetine kurban gittiği görülür. Ada'nın teyzesi komitacılar tarafından tecavüze uğramış ve bunun sonucunda babası onu kirlenmiş olarak görüp, köyde insan içine çıkamayıp, en sonunda kızını bir "gelincik tarlasında" kendi eliyle öldürmek zorunda kalmıştır. Ancak, tetiği çekmek onu çok zorlamış ve sağ parmağı/eli titremiştir ve bu titreme yıllar sonra Ada'nın elinde de kendini ifade etmiştir. Aile dizini çalışmalarında, sağ taraf baba, sol taraf anneyi temsil etmektedir ve Ada'nın ailesinde dedesinin namus cinayeti işleyerek açtığı yara Ada'nın sağ elindeki titreme ile su yüzüne çıkarılmaktadır. Ada'nın dedesi toplum tarafından kabul edilmek için mantığını dinleyerek, duygularını, hislerini göz ardı edip çok sevdiği kızını kendi elleriyle öldürmüş ve ırzına geçilen kızını, yani bugün ki Ada'nın teyzesini aileden dışlamış ve sonrasında ise sanki bu olay hiç yaşanmamış gibi davranılmıştır. İşte bu noktada, aile dizini (dizideki tabiriyle fenomen) kavramı devreye girmektedir ve dizide de vurgulandığı üzere hislerin göz ardı edilerek, insanların sadece düşüncelerle, bir robot gibi, bir makinenin dişli parçası gibi tamamen toplumun isteklerine entegre olarak evrendeki düzenin akışına müdahale edilmeye çalışılması sistemin akışını bozabilir. Sistem savaş, kadersel darbeler ya da ailedeki bir üyenin dışlanması ya da kınanması gibi faktörlerce bozulabilir. Bert Hellinger,

"terapötik çalışmalarında dışlanmaya kimsenin toleransının olmadığını" görmüştür. Eğer aile içinde şiddet, intihar, cinayet, düşük, ana baba rollerinde uygunsuzluk gibi bir sebeple sistemde bir bozulma veya aile sıralamasında bir kopma olursa, bundan aile fertlerinin hepsi, hatta etkisinin derinliği oranında gelecek kuşaklar da etkilenmektedir. Ve bu dengenin bozulması nesiller boyu devam edebilmektedir.(Aktaran Duman, 2020: 116).

Nitekim, dizide Ada'nın da tıpkı dedesi gibi sağ eli titremektedir ve bu onun mesleki kariyerini sekteye uğratmaktadır.

Gelişme

Ayrıca, Ada'nın sağ elindeki (bakınız Eric Dupont, "Bedeninizin Hangi Bölümleri Neyi Temsil Ediyor" ve Ünal Güner, "Eller ve Ayaklar") titreme Ada'nın babasına da bir gönderme olarak algılanabilir. Ada tıp fakültesinde öğrenciyken babası kanserden vefat etmiştir. Bu yüzden, Ada belki de her kaybettiği hastasında babasını görmekte ve çok üzülmemektedir. Babasını kurtaramamasının acısını çok iyi bir doktor, çok iyi bir cerrah olup diğer insanları kurtarma çabasıyla bastırmaya çalışmaktadır, bir türlü açıktan yas tutma eylemine giremez, acısını da yüreğinin derinliklerine gömer. Öyle ki Ada'nın mesleği adeta onun kimliği olmuştur; aile dizini uygulayıcısı Zaman Bey ilk karşılaşmalarında ona kim olduğunu sorduğunda "Op. Dr. Ada Korkmaz" diye cevap verir; mesleği ve unvanını isminden önce söyler. Ada kariyerinde ve hayatında kendini güvende hissedebilmek için kendi de farkında olmadan eril tarafını beslemektedir ve dişi tarafını bastırmaktadır. Bunun bir neticesi olarak, ne eski sevgilisi Toprak, ne de kocası Selim tam olarak hiçbir zaman ona ulaşamamaktadır. İsmi de sembolize ettiği üzere tıpkı adaların etrafının sularla çevrili olmalarından ötürü izole olmaları ve zor ulaşılır olmaları dizideki Ada karakteri için de geçerlidir. Su enerji çalışmaları alanında aynı zamanda dişil enerjiyi de temsil etmektedir; bu nedenle diyebiliriz ki Ada'ya ulaşmak zordur, fakat imkânsız da değildir. Bu düşünceye paralel olarak da dizinin sonlarına doğru Ada'nın dişi tarafını ve duygularını kabule geçişine seyirciler olarak şahit olma şansını da yakalarız.

Daha yakından bakıldığında, Ada'nın kişiliği üzerinde geçmişin, gen hafızasının ya da aile dizinin etkileri görülebilir. Örneğin Ada'nın teyzesi rızası olmasa da, girdiği cinsel ilişki yüzünden, kirli görülüp öldürülür ve Ada'nın bilinçaltı bunu bilerek, daha önce de değinildiği üzere savunma mekanizması olarak devamlı eril yönünü öne çıkarmaktadır. Konu ile ilgili olarak Nazan Yıldız'ın şu ifadeleri kayda değerdir: "Kadın ve erkeklerin toplumca kabul edilen cinsiyet kültürü ve roller çerçevesinde şekillenen kimlikler doğrultusunda hareket etmesi beklenir. Bu kimliklerin verdiği kısıtlamalar [ataeril toplumlarında Ada] örneğinde [de] olduğu gibi daha çok kız çocuklarının üzerinde baskı oluşturmaktadır" (2022: 229). Ada karakteri de bu durumu farkında olmadan içselleştirmiş ve hayatında duygularını, dişi enerjisini baskılayarak, daha çok eril tarafına yönelmiştir. Nitekim genel cerrahi bölümü tıpta çoğunlukla erkek egemen bir branş olarak bilinir. Jung'un *collective conscience*, kolektif şuur, ortak vicdan ya da toplumun hafızası olarak çevirebileceğimiz bu kavram tüm bunları bünyesinde taşımaktadır. Ada çok erildir ve bunun sonucu olarak da sağ eli titremektedir; bu ağır yükü artık Ada daha fazla taşıyamamaktadır. Tüm

bunlara ilaveten, dişi enerjiyi temsil eden anne figürü, annesi ile olan ilişkisinin de zayıf olduğunu görürüz.

Kısacası, adında da vurgulandığı üzere Ada'nın etrafı görünmeyen duvarlarla çevrilidir ve kendini çevresindeki insanlardan, annesinden bile izole etmiştir; ona duygusal olarak ulaşmak çok zordur.

Eski sevgilisi Toprak ise kendi toprağından uzak Almanya, Hollanda gibi çeşitli Avrupa ülkelerinde, gurbette yaşamaktadır. Dizide de ima edildiğı üzere Toprak ile suyun/Ada'nın birleşiminin, tekrar bir araya gelmesinin en nihayetinde bolluk, bereket getireceğı ümit edilmektedir.

Toprak'ın bir de Çiçek'leri vardır. Toprak çok erken yaşta kaybettiğı annesinin ismini Hollandalı eşinden olan kızına vermiştir; “*Flor*” Felemenkçede “çiçek” anlamına gelmektedir. Toprak dizide duygularını, hislerini mısralara, notalara dökerek hayatını kazanan Romen kökenli bir şarkıcıdır. Ada ise sırf mantık ve bilimsel nesnellik ile yolunu çizen bir genel cerrahdır. Ada ile Toprak'ın bir araya gelmesi tam bir hislerin ve düşüncelerin buluşması, tam bir tamamlanma olacaktır.

Ancak, Toprak ilk gençlik yıllarında tek eşli olmayı başaramayarak Ada'yı aldatır. Psikologlar, bu durumu, bir erkeğın bir kadını çok sevdiği halde, aynı anda başka kadınlara da meyledebilmesi durumunu genellikle “küçükken anneden alınamayan sevginin, büyüyünce etrafında çok kadın bulundurarak sevgi ihtiyacını giderme” (bakınız Budayıcıoğlu, *Kral Kaybederse*) çabası olarak yorumlamaktadırlar ki dizideki Toprak karakteri de küçükken öksüz kaldığı için anne sevgisinden mahrum kalmıştır ve bunu neticesinde sevgi açlığı hissetmektedir.

Toprak'ın gurbette olması da tesadüf değildir aslında, dedesi işlemediğı bir suç nedeniyle mahkûm edilmiştir. Toprak da onun yükünü devralarak “bir mahkûm gibi tek başına”, kendini gurbete atmıştır. Toprak'ın babası Cemil adlı bir Romen ya da daha yaygın bir tabirle bir çingenedir. Toprak'ın dedesi, Çeribaşı iftiraya uğrayarak hapse atılmış ve orada asılmıştır; masum olduğu gerçeğı ise yıllar sonra ortaya çıkmıştır. Ailesinin geçmişini araştırırken ve Zaman Bey ile yaptığı aile dizini çalışması esnasında Toprak'ın ağzından şu sözler dökülür: “Yalnızım, sırsızım! Sevdiklerimden uzakta kalalım! Dede, ben de tıpkı senin gibiyim!” (*Zeytin Ağacı*).

Anadolu'da verilen bir kararın ya da yapılan herhangi bir işin dönüp dolaşp sizi ve sevdiklerinizi etkileyeceğini ifaden bir atasözü, bir deyiş vardır; “Dedesi koruk yemiş torununun dişi kamaşmış”. Bu deyiş, aile dizini teoreminde, Toprak'ın hayattaki duruşunu çok güzel ifade etmektedir. Zaman Bey Toprak'ın geçmişin etkisinde olduğunu ve dedesinin yükünü sırtında taşıdığını söyler dizide ve Bert Hellinger bu duruma “Sistemik Karmaşıklık (*Systemic Entanglement*)

[adını verir]: Sistemik karmaşıklık, bir kişinin farkında olmadan başka birinin kaderini üstlendiği ya da yaşamını o kişinin öyküsüne kaptırdığı anlamına gelmektedir (Aktaran Duman,2020:116)”.“Yalnızım, sırsızım! Sevdiklerimden uzakta kalalım! Dede, ben de tıpkı senin gibiyim!” (*Zeytin Ağacı*) der Toprak hayalinde karşısında canlandırdığı dedesine.

Toprak küçüklükten beri kimsesiz kalması, annesinin vefatı ve babasının çalışmak için ondan uzak kalması nedeniyle gerçekten sırsızdır. Bu sebeple, Toprak’ı çabuk öfkelenen, sevdiklerini ve kendini korumak için hemen pervasızca fiziksel kavgaya girmekten çekinmeyen biri olarak görürüz. Hayat hikâyesi göz önüne alındığında, kuvvetle muhtemeldir ki o erken yaşlardan itibaren kendini koruma ve adaleti sağlama işlerini kendisi üstlenmiştir ve belki de bu nedenle fiziksel özellikleri arasında kaslı bir vücut yapısı olduğu da dikkat çekicidir. Dışarıya güçlü imajı vermelidir ki bu hayatta kimseye muhtaç olmadan kendi ayakları üzerinde durmaya muktedir olabilsin. Toprak, Ada karakterinin tersine günlük hayatında duygularının, hislerinin rehberliğini kabul eder, bu nedenle çok da fevridir. Ancak, onun da daha dingin bir hayatı olabilmesi için hisleri ve düşünceleri arasında bir denge kurması ve biraz daha düşünerek, mantığına kulak vererek hareket etmesi gerekmektedir. Diğer taraftan ise onun hislerine kulak vermesi onu isminde de vurgulandığı üzere tıpkı toprak gibi verimli, üretken bir şarkı yazarı olmasına yardımcı olur ve bu yolla milyonlarca hayranının da hislerine şarkıları aracılığıyla ses verir, diğer bir deyişle onların duygularına tercüman olur.

Ada’nın eşi, inşaat mühendisi Selim ise dizide akı-selim bir karakteri canlandırmaktadır. İlişkilerinde her ne kadar bazı iniş ve çıkışlar yaşasalar da, ikisinin de ortak bir noktası vardır aslında. Ada fiziksel hastalıkları, insanların bedenlerini, Selim ise kırık kalpleri, “enkaz halindeki binaları ve insanları” tamir edip, sağlamlaştırmak için uğraşmaktadır. Dizinin bir bölümünde Ada’ya “Seninle tanıştığım zaman bir enkaz idin” (*Zeytin Ağacı*) demektedir ve Ada’nın Toprak’tan ayrıldıktan sonra onun kendini toparlamasına yardımcı olmuştur.

İlişki koçu ve yazar, Adil Yıldırım dizideki Selim karakteri gibi olan insanlar için “tamirci insan tipi” ifadesini kullanmaktadır; bu yapıdaki insanlar, hasarlı insanları bulup, onlara âşık olan, onları düzeltmeye çalışan, düzeltebileceğine inanan insanlardır (bakınız *50 Maddede İlişkiler* ve *40+ İtiraf Hikâyeleri*). Selim’in çocukluğuna bakıldığında, annesini “Erzincan depreminde” kaybettiği görülmektedir. Bir inşaat mühendisi olmasında bu çocukluk travmasının rolü büyüktür. Onun insanlara sağlam binalar inşa ederek, çocuk iken kurtaramadığı annesini, diğer insanları (deprem vb. doğal afetlerde sağlam binalarda olmalarını sağlayarak) kurtarma çabası ile dengelemeye çalışmaktadır. Selim hislerine kulak veren, hassas, kırılgan bir insandır ve bu kırılganlığını sağlam binalar ve Ada ile

sağlam bir ilişki kurmaya çalışarak gidermeye, kendini güvende hissetmeye çalışmaktadır. Zaman Bey ile katıldığı aile dizini çalışmasında Zaman Bey ona, eşini/Ada'yı küçükken kaybettiği annesinin yerine koyduğunu ve ona çok bağlandığını söyleyecektir. Selim Ada'ya küçük bir çocuğun annesine bağlandığı gibi bağımlılık derecesinde bağlıdır. Bu nedenle, duygularını Ada gibi (yüzen ikili ilişkilerde çok net olamayan) birine değil de duygularını daha sağlam bir zemine oturtmayı seven, kendi için daha uygun bir hayat arkadaşı bulması gerektiğini kabul etmesi gerekmektedir.

Dizideki tüm karakterlerinin eninde sonunda karşılaştıkları ve herkesin yollarının birbiriyle kesişmesine neden olan ve dizide fenomen olarak bahsedilen, aslında aile dizini olarak bilinen uygulamaları yapan Zaman Bey karakteridir. Kendisi hakkında çok az bilgi edinebildiğimiz gizemli bir karakterdir. Zaman Bey aslında Hacettepe Tıp Fakültesi'ni bitirmiş bir tıp doktorudur, fakat bunu dizinin son bölümüne kadar ne seyirci ne de Ada bilmektedir. Ada Zaman Bey'in bu yönünü bilmediğinden ve kendisi tıp doktoru olduğu için zaman zaman ona dudak büküp, burun kıvrarak küçümsemektedir. Ada insanın aile dizini uygulamalarında kabul edildiği üzere bilimsel olarak ispatlanamayan, bilimsel fikir ve temellere dayanmayan, bu denli sezgisel bilgiler ile hareket etmesini bir türlü anlamlandıramamaktadır. Zaman Bey ise onun bu küçümseyici tavırlarını çok ciddiye almamaktadır ve hafifçe gülümseyerek, sabırla Ada'nın hislerine kulak vererek hislerini kabule geçeceği zamanı beklemektedir. Doğan Cüceloğlu da “[d]uyguların söylediklerini dinlememe[nin]” (2021: 72) hemen bir kenara kaldırılması gereken alışkanlıklarımızdan biri olduğunu ifade etmektedir. Zaman Bey ayrıca müzik ile de ilgilenmektedir, saz çalmaktadır; dizinin bir sahnesinde “Bugün ben pirimi gördüm!” (*Zeytin Ağacı*) türküsünü söyler. Kendisi muhtemelen Alevi kökenlere sahiptir ve bu bağlamda dizide Alevi kültürünü ve bilgeliğini temsil ettiği de düşünülebilir. Onun özel hayatına dair çok bilgi verilmez, koca evinde bir başına yaşamaktadır. Dizinin sonuna doğru Ada Zaman Bey'in odasında bazı aile resimleri görür ve seyirciye Zaman Bey'in ailesini trajik bir olayda kaybettiği izlenimi verilir. Ayrıca, Zaman Bey'in kendi ağzından dizinin son bölümünde, babaannesinin İran'dan Anadolu'ya göçtüğünü ve yanında bir zeytin tohumu getirmiş olduğunu öğreniriz.

Zeytin tohumundan dizinin ismine *Zeytin Ağacı*'na geçecek olursak; ağacın meyvesi olan zeytin bizleri, şimdiki kuşağı, ağacın kökleri ise atalarımızı temsil etmektedir. Zeytinin kalitesi ve niteliği de köklerinin sağlıklı ve güçlü olmasına bağlıdır. Kökteki bir hastalık ister istemez köklerden en uçtaki dallara kadar ince damarlar vasıtasıyla ağacın en uç noktasına kadar giderek, ağacın meyvesini, zeytini de etkileyecektir. Ada'ya dizide Zaman Bey aile dizininin mantığını ya da geçmişin şimdi ve gelecek üzerindeki etkisini bu şekilde açıklamaktadır. Bilim

adamları ise buna “gen hafızası” demeyi tercih etmektedir. Jung’un ise *collective conscious*, ortak bilinç olarak nitelendirdiği durum da benzer bir durumdur bir bakıma. Konu ile ilgili olarak,

Rupert Sheldrake zihinsel bir alan ya da genişletilmiş zihinden söz etmektedir. Sheldrake canlılar arasında iletişim olduğunu gözlemlemiştir (Hellinger 2014: 327)... Bu alanda herkes herkesle uyum içindedir. Hiç kimse bu alanın dışına çıkamaz. Geçmiş ve ölmüş kişiler de hala alan içindedir ve sistem üzerinde etkileri vardır. Bu yüzden bundan kendini kurtarmaya çalışan biri, kaybetmeye mahkûmdur. Tersine bu alanın bir parçası olan her şey, biz onu reddedip yok etmeye çalıştıkça, o şey içimizde daha da güçlenir. Bu alan, reddettiğimiz ve bastırdığımız şeyi kabul edene kadar dağınık ve düzensiz kalır (Hellinger 2014: 328) [demektedir].

Bu nedenle, en nihayetinde Ada da duygularını kabul ederek ve geçmişin geleceğe etkisini de önemseyerek Zaman Bey’e çalışmalarında asiste etmek isteyecektir. Ada ailesinde dışlanan namus cinayetine kurban giden teyzesini, onun katili olan dedesini ve yakın geçmişinde kürtaj neticesinde kaybettiği bebeğini diğer bir deyişle yukarıda Rupert Sheldrake’in altını çizdiği bir alanda, toplumda ya da ailede dışlanan, reddedilen ve çemberin dışında bırakılmaya çalışan her şeyi kabule geçmiştir. Ada’nın durumunda örneklendiği üzere aile dizini teoremine göre hisler de dâhil bastırılan, reddedilen her şey sistemde bazı sorunlara, aksamalara yol açar. Taki bu aksamalar ve sorunlar aracılığıyla verilen mesajlar alınarak kişinin ya da kişilerin kabule geçişine kadar bu süreç devam eder. Bu bağlamda, Ada annesini ve annesinin hayatındaki yerini, ayrıca daha önce aldırma zorunda kaldığı bebeğini de kabul eder ve onlara hayatındaki hak ettikleri yeri ve değeri verir. En son sahnede, Ada’yı annesinin kıyafetleri içinde görürüz. Annesini onore etmek ve ona hayatındaki yerini vermek için aile dizini uygulamasını öğrenip, öğretmek için toplandıklarında Ada annesinin kıyafetlerini giyerek toplantıya katılır. Böylece, Ada’nın ruhsal dünyasında bir rahatlama gözlemlenir. Ada artık ailesiyle içsel bir uzlaşmaya varmıştır. Bu konuda, Bert Hellinger ve Gabrielle ten Hövel’in *Kabul Etmenin Özgürlüğü* isimli kitabında şu açıklamayı görmekteyiz:

Aileden daha güçlü hiçbir şey yok... Kimi terapilerde yapıldığı gibi kişiyi, “Anababanızdan özgürleşmek zorundasınız,” diyerek ebeveynine karşı kıskırtmak benim bakışımla olacak şey değil.

Saçmalık bu benim gözümde. İnsan nasıl ana babasından özgürleşebilir ki? Kişi, anababasıdır. (2016: 102) Aile insanı hasta eder. Ama bunun nedeni kötü olması değil, herkesi ilgilendiren ve etkileyen alinyazılarının işbaşında olmasıdır. Bu da anababayla başlar. Onların da ebeveyni vardır, kendi kaderlerine sahip ailelerden gelmişlerdir ve bu yeni kurulan aileyi de etkiler. Bağ, alinyazılarının birlikte taşınmasına yol açar. Ve ailede kötü bir şey yaşanmışsa kuşaklarca süren bir dengeleme-telafi gereksinimi doğar (Hellinger&ten Hövel 2016:103). ... Adına kabile vicdanı diyeyim. Her şeyi bir dengelenmeye doğru merkezleyen bir kuvvet, nihai bir güç odağı var. Örneğin dışarıda bırakılanların yeniden içeri alınması ya da herkesin kendi eyleminin sorumluluğunu kendisinin taşıması veya suçun sonuçlarının anababaların üzerinden çocuklara ve torunlara atılmaması için (Hellinger&ten Hövel 2016:103).

Ada'nın ailesindeki gizem perdesini aralayarak, geçmişine özellikle de annesine kabul vermesi, onun kendi içinde huzuru yakalamasına,(ve kendini Zaman Bey'in terapi yöntemlerini öğrenmeye karar vermesinde görüldüğü üzere) kendini yeniliklere açmasına sebep olur. Diğer bir deyişle, Ada şifayı da köklerinde, ailesinde bulmuştur diyebiliriz. Sonuç olarak,

[a]ile sevgisi hasta ettiği gibi iyileştirir de. Hasta eden aile değil, ailede hastalıklara yol açabilecek olan bağın derinliği ve dengeleme gereksinimidir. Bu gün ışığına çıkarıldığında, aynı sevgi ve aynı dengeleme gereksinimiyle daha üst bir düzlemde hastalıkları iyileştirici bir biçimde etkileyebilirsiniz. Yalnızca “Aile bireyi hasta eder” demek ailenin ucuz yoldan şeytanlaştırılmasıdır (Hellinger&ten Hövel 2016:104) [diye belirtmektedir aile dizininin kurucu olan Bert Hellinger].

Zaman Bey aile dizinini Ada'ya açıklarken dizide “fenomen” kavramını kullanır ve “fenomen ispatlanamaz ama sadece etkileri gözlemlenebilir”(Zeytin Ağacı) der. Kısaca toparlayacak olursak, tıpkı havayı görememiz, fakat hissetmemiz ve ciğerimize çekmemiz gibi, ancak onun varlığını ve etkilerini hissedebiliriz. Bu nedenle, aile dizini dizideki ismiyle fenomen teorisi günümüzde hala tartışmaya açık bir konudur.

Ada'nın çevresine ve aile dizini ile ilgilenen yakın arkadaşlarına değinmemiz gerekirse, bir avukat olan Sevgi de tıpkı Ada gibi kendisini güvende hissetmek için sıkı sıkıya işine, kariyerine tutunmaktadır. Sevgi'nin de sonradan keşfedileceği üzere gizemli bir aile geçmişi vardır. Nitekim bizler her ne kadar ilk bakışta fark edemezsek ise de “her hayat, kendi içinde milyonlarca gizem barındır[maktadır]” (Yıldırım: 2021, 55).

Sevgi çocukken doğum gününde babası ile Lunapark'a gider, ancak orada onları kötü bir sürpriz beklemektedir ve atlıkarıncaların çok yakınında Sevgi'nin gözleri önünde babası bir tefeci tarafından öldürülür. O andan itibaren, Sevgi annesi Mukadder hanıma, dizideki adıyla kısaca Muko'ya da sahip çıkmaya başlayarak, evde babasının rolünü üstlenir. Ünlü psikolog ve yazar Doğan Cüceloğlu eserlerinde çocukların anne-babasına ebeveynlik yapmasını her ne kadar doğru bulmasa da, gerçek hayatta bazen insanların tercih yapma şansı olmayıp, bilinçli ya da bilinçsizce zaman zaman ebeveynler ile çocuklar yer değiştirebilmektedir. Aile dizini psikoterapisini ortaya çıkaran Bert Hellinger ise bu konu ile ilgili olarak *Sevgiyle Yükselmek* adlı kitabında şunları ifade etmektedir: “Birçok kilitlenme olayında gördüğümüz gibi, insanlar bazen kendilerine ait olmayan bir yükü sırtlanırlar. Kilitlenmeler, o yükü ait olduğu yere bıraktıklarında çözülür. Ardından [kişiler] tek başlarına yola devam ederler” (2014: 245).

Ebeveyn ve çocukların arasındaki rollerin değiştirilmesi, sadece çocukların ağır bir yük altına girmeleri anlamına gelmez. Bu durum üstelik sistemdeki hiyerarşinin ve sıranın ve en nihayetinde varlık zincirinde dışlanmalara, iyi niyetle de olsa onların haklı konumlarını yitirmelerine sebep olur ki, bu da oldukça hassas bir konudur. Esas olan, iyisiyle kötüsüyle herkese herşeye olduğu gibi kabul vererek, hakkını teslim etmektir. Bu bağlamda,

Adler, doğum sırasının çocuğun kişiliği ve davranış kalıpları üzerinde etkisinin olduğunu öne sürer. Buna göre ilk doğan sonraki doğanlardan önceliklidir. Bu sıranın korunması gerekir. Ailede ne olursa olsun hiç kimse dışlanamaz ve hiçbir üye sistemdeki haklı konumunu reddedemez. Bir sıra bozulursa, aşağıdaki nesiller bunu telafi etme görevini üstlenecektir. Duygusal bozukluklar ve psikosomatik hastalıklar aile sırasındaki bozukluktan kaynaklanabilir. Eğer bu bağ fark edilirse, aile sırası onarılır, semptomun sebebi de geçersiz kılınır. Örneğin çocuk ebeveyn rollerini üstlenirse sırayı bozmuş olur, bu aile trajedilerine, ciddi kazalara ve intihara sebep olabilir. Ya da küçük çocuk sırayı bozup kendini büyük çocuk yerine koyarsa, bilinçsizce yaşamında başarısız olma dürtüsüyle tepkiler verilebilir, mutsuz olur ve sürekli

talihsizlikten yakınabilir (Hellinger, 2001). (Aktaran Duman, 2020: 116).

Sevgi'nin ailede babasının rolünü üstlenmesi onun karaciğer kanseri olup, sonra bol oksijeni ile bilinen Ayvalık'a gelip, Zaman Bey ile tanışıp geçmişini, geçmişten gelen hislerinin bugüne etkisini kabulüyle sonuçlanır. Sevgi hastalığının iyileşme göstermesi ile her geçen gün biraz daha aşama kaydetmeye başlar. Aşağıda da değinildiği üzere,

Ailedeki doğal sıra ebeveynin vermesi çocuğun alması şeklinde akış göstermektedir. Çocuk ebeveyninden yeterince iyi “al”abilirse, ilerleyebilir ve o da kendi çocuklarına yeterince “ver”ebilir, ancak bazen çocuğun ebeveynlerine dikkat etmesi/ebeveynleriyle ilgilenmesi gereken durumlar ortaya çıkmaktadır. [Bu gibi durumlarda çocuklar “daha ziyade bakıcı tarzı profiline girmek zorunda kalmış; ebeveynlerinin ilgi ve sevgisine muhtaçken kendi isteklerini ve ihtiyaçlarını bastırarak ve yadsıyarak” (Yemez, 2020, 138) onlarla ilgilenmek durumunda bırakılmaktadır]. Çocuklar her ne kadar bunu –çoğunlukla- severek yapsa da; bu durum onlara büyük bir yük oluşturmaktadır. Bu yükün etkileri bağımlılık ve şiddetin olduğu ailelerde daha net görülebilmektedir. Çocuk bu yük ile çok erkenden büyüüp olgunlaşmak zorunda kalabilmektedir. (“Family Constellation Ireland”, 2019).(Aktaran Duman, 2020: 116)

Babasının bir tefeci tarafından öldürülmesi ve belki de buna tepki olarak Sevgi'nin adalet sistemine dâhil olup kanunsuzluğa karşı, adaleti sağlamak amacıyla avukat olduğu da düşünülebilir. Diğer taraftan, Sevgi'nin belki de çocuk aklıyla, tüm saflığıyla babasının ölümünden kendini suçluyor olması ve tüm gücüyle annesine destek olarak babasının yokluğunu hissettirmemeye çalışması da bu bastırılmış suçluluk duygusu, kendisini suçlu görme hissinden de kaynaklanıyor olabilir ki bu durumda yargılayan da yargılanan da Sevgi'nin kendisi olup, en sonunda vücudu ve ruhu bu yüke daha fazla dayanamayarak kanser sinyali vermektedir kanaatindeyiz.

Louise Hay *Düşünce Gücüyle Tedavi* adlı kitabında kanserle ilgili olarak şu ifadeleri kullanmaktadır: “Derin acı. Uzun süreden beri var olan kırgınlık. Açıklanamayan sır ya da hüznün bedeni yer bitirir. Yoğun nefret duygulan. ‘Ne yaran var?’” (Hay, 30). Karaciğer ile ilgili olarak da “[ö]fke ve ilkel duyguların merkezi” (Hay, 30) demektedir ki Sevgi'nin hem babasının katiline, hem kendisine ve hem de annesinin ona bağımlılık derecesinde düşkünlüğüne karşı

çok ciddi bir şekilde bastırılmış öfke gibi hisleri olabilir. Kendisine de babasını Lunapark'a götürüp, orada öldürülmesine sebep olduğunu düşünerek gizliden gizliye öfke duyabilir.

Ancak, dizinin sonunda annesine karşı öfkesini daha da artırabilecek bir aile sırrı su yüzüne çıkar ki bundan dolayı Sevgi'nin hastalığı tekrar nükseder. Beklenmeyen bir gelişme olarak, Sevgi'nin gerçek/biyolojik babasının Mukadder teyzenin, çok genç iken âşık olduğu Arman isimli bir kuyumcu çırağı olduğunu öğreniriz (dizide Sevgi'nin isminin sembolik olduğunu ve ismi gibi bir aşk/sevgi ilişkisinin meyvesi/çocuğu olduğunu öğreniriz). Sevgi'nin onca çocukluk yılları, babasıyla birlikte geçirebileceği yıllar adeta onun elinden annesi, öz be öz annesi tarafından çalınmıştır. Sevgi kendini babasız, kimsesiz bir çocuk olarak düşünürken aslında biyolojik babası hayattadır ve Mukadder teyze toplumdan dışlanmamak adına, sözde mantıklı fikirlerini hayata geçirerek baba ve kızı birbirlerinin sevgisinden mahrum bırakmıştır.

Tüm bu mücadeleler ve hayat gailesi içinde yine de Sevgi adı gibi “gerçek sevgiyi” Ayvalık'ta Fikret isimli bir adamda bulmuştur. Mukadder teyze ilk başlarda avukat olan kızına kimseleri layık görmemektedir ve restoranda çalışan Fikret'i küçümsemektedir. Fakat Fikret'in sevgisinin kızına iyi geldiğini görünce, yelkenleri suya indirerek duruma razı olmuş ve böylelikle sadece rasyonel fikirlerine değil hislerine de kulak vermeyi öğrenerek Mukadder teyze de kendini bir nebze de olsa değişim rüzgârına kaptırmıştır diyebiliriz.

Ada ile Sevgi'nin diğer yakın arkadaşı ise Leyla'dır. Leyla karakteri “Leyla ile Mecnun” hikâyesindeki gibi sevmeye ve seilmeye açık biridir ve bu nedenle, kalp gözü de açıktır. Leyla mantığından ziyade hisleriyle hareket eden, yaşam enerjisi yüksek, yaşama sevinci ile dolu, cıvıl cıvıl, bir karakter olarak tasvir edilmektedir dizide. Sevdiği adam, Ekrem uğruna, üniversitede okurken psikoloji bölümünü yarıda bırakarak evlenmiş ve anne olmuştur. Hayattan zevk almayı bilen biridir, ancak nedenini bir türlü bilemediği bir boğulma korkusu vardır, bu nedenle denize girememektedir. Zaman Bey ile yaptığı çalışmalar sonunda büyük-büyükbabasının Girit Türklerinden, büyük-büyükannesinin ise Girit Rumlarından olduğunu ve bu büyük-büyükannenin bir göç sırasında boğularak öldüğünü öğrenir. Normal şartlarda hayat kaynağı olan suyun aynı zamanda tehlikeli olduğu ve insanın canına mal olabileceği bilgisi, gelecek nesillerin kendini koruyarak hayatta kalabilmesi amacıyla ona gen hafızası aracılığıyla aktarılmıştır. Leyla suya girdiğinde korku ve panik hislerine mağlup olduğundan, Ayvalık'ta bile denizden, sudan uzak durmak zorundadır. Tüm bunlar, ilk bakışta insan aklına ters gözükse de bugüne kadar yapılan bir çok inceleme ve çalışmada, İkinci Dünya Savaşı sırasında toplama kamplarında yaşanan birçok işkence ve baskıların sonuçlarının etkilerinin sonraki kuşaklar üzerinde de ortaya çıktığı

gözlemlenmiştir (bakınız Wolyn, 2016: 38-42). Ayrıca, laboratuvarlarda yapılan birçok fare deneyinde de dede/nine farelerin bazı kokulara ya da elektrik dalgalarına maruz kaldıklarında, üçüncü kuşakta torunlar da bu etmenlere karşı hassasiyet geliştirdikleri ve sanki daha önceden bu ortamları tanıdıkları izlenimi bırakmışlardır. Yapılan birçok deney ve çalışmalarda benzer noktalar tespit edildiğinden artık bu durum, “kuşaklararası aktarım” bilimsel olarak da ispatlanmıştır. Bu konuda Mark Wolynn’in *Seninle Başlamadı/It didn’t Start with You* kitabı çok güzel bir kaynaktır ve nitekim dizide de ara ara bu kitabı karakterlerin elinde de görmekteyiz. Bu teoremden yola çıkılarak, dizide Leyla’nın boğulan büyük-büyükannesine de kabul verilerek, Leyla’nın soy ağacı da onore edilerek, Leyla hislerini bir kez daha dinler ve mükâfatını da boğulma korkusunu yenip denizde yüzerek alır. Leyla’nın da diğer karakterlerin tersine biraz daha mantığını ve fikirlerini ön plana çıkarmayı öğrenmesi gerekmektedir ki hayat ona bunun için de fırsatlar çıkaracaktır.

Leyla’nın kocası Ekrem ise ismi gibi Leyla’ya karşı eli açıktır, ona hediyeler almayı, ikram da bulunmayı sever, fakat belli bir süre sonra iflas eder ve Leyla eşinin yasadışı işler yaptığını öğrenir. Fakat Leyla’nın Ekrem’e karşı hisleri samimi ve sevgisi gerçektir; ne olursa olsun, kocası kaçak durumuna düştüğünde bile onu bırakmaz ve ona her zaman gizliden gizliye destek olur. Ancak, öyle bir an gelir ki Ekrem yurtdışına kaçak yollarla gitmek için çalıştığında, Leyla son dakikada oğlunu ve istikbalini düşünerek mantığına kulak verir ve yurdunu terk etmez. Fikret ile bir kafe açıp, işletmesini kendi üstlenir ve büyük büyükannesinin ismini de kafeye koyarak atalarını, geçmişini de onurlandırmayı ihmal etmez. Leyla da mantığı ile hisleri arasında güzel bir denge kurmayı başarır en sonunda.

Sonuç

Sonuç olarak, geçmişin geleceğe ya da şu ana etkisini, aile dizinini en basit şekliyle Anadolu kültüründeki “dede erik yer, torununun dişi koğuşur” ya da “ot kök üstünde biter” deyişleriyle özetleyebiliriz. Burada, Psikiyatr Dr. Yıldırım Doğan’ın geçmiş ve şimdiki zaman üzerine olan aşağıdaki sözlerine kulak vermekte fayda var kanaatindeyiz: “Geçmişte olanlardan sen sorumlu değilsin. Neden olasin? Geçmiş değiştiremezsin. Ama olanları bugüne taşımaktan sen sorumlusun. Geçmiş değil ama bugünü değiştirebilirsin. Bugün senin çünkü!” (2021: 162). Bir de insan olarak her ne kadar zaman zaman hislerimizin zaman zaman da fikirlerimizin tesirine kapılarak, kendimizi kaybetsek de galiba en güzeli olaylara “gönül gözüyle bakmak” dedikleri orta yolu, yani olayları sırf kuru mantık ya da sadece akıl süzgecinden geçirmekten ziyade, olayları bir de duygu denizinin, hislerin zenginliğinden istifade ederek değerlendirmek, yüz yıllardır hem kuşaklar arasında yaşanan hem de insanın kendi içinde yaşadığı his

ve düşünce çatışmasını engelleyerek, his ve düşüncelerin birbirine destek olmasına, birbirini tamamlamasına müsaade ederek; ne duygularımızı, ne de fikirlerimizi yok sayarak, aksine onlara kulak vererek, onların varlığına kabul vererek, bize vermeye çalıştıkları mesajları alarak yaşamak, *Zeytin Ağacı* dizisindeki karakterler ve onların hayat hikâyeleri üzerinden de anlaşılacağı üzere hayatı ve insanları çok daha zengin ve doyumlu kılacaktır kanaatindeyiz.

Teşekkür Notu:

Zeytin Ağacı dizisini tanımamıza vesile olan çok kıymetli Doç. Dr. Zerrin Savaşan (Selçuk Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü) ve Uzm. Hemş. Leyla Yiğit (Meram Devlet Hastanesi, Enfeksiyon Bölümü) arkadaşlarımıza en içten teşekkürlerimizi sunarız.

KAYNAKÇA

1. Budayıcıoğlu, G. (2015). *Kral Kaybederse*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
2. Cüceloğlu, D. (2021). *Var mısın? Güçlü Bir Yaşam için Öneriler*. İstanbul: Kronik Kitap.
3. Doğan, Y.B. (2021). *Asıl İyileştiren İlişkidir*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
4. Duman, N. (2020). “Bert Hellinger ve Aile Dizimi Terapisi”, *Kıbrıs Türk Psikiyatri ve Psikoloji Dergisi/ Cyprus Turkish Journal of Psychiatry & Psychology*, 2(2): 114-119 doi:10.35365/ctjpp.20.02.16.
5. Dupont, E. “Bedeninizin Hangi Bölümleri Neyi Temsil Ediyor”,
6. <https://dergi.kuraldisi.com/bedeninizinhangi-bolumlerineyi-temsil-ediyor>.
7. Güveloğlu, E. (2016). *Hastalıklar Öğretmendir*. İstanbul: Hayy Kitap.
8. Hay, L. (2011). *Tüm Hastalıkların Zihinsel Nedenleri*. Çev. Semra Ayanbaşı. İstanbul:
9. Akaşa Yayınları.
10. *Düşünce Gücüyle Tedavi*.
<https://www.scribd.com/doc/2866654/DUSUNCE-GUCUYLE-TEDAVI>.
11. Hellinger, B. & G. ten Hövel. (2016). *Kabul Etmenin Özgürlüğü*. Çev. Seda Toksoy. İstanbul: Agora.
12. Hellinger, B. (2014). *Sevgiyle Yükselmek*. Çev. İnan Deniz Erguvan.
13. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
14. Mate, G. (2004). *When the Body Says No: The Cost of Hidden Stress*.
15. Vintage: Canada.
16. Ünal, G. (2018). “Eller ve Ayaklar”, *Kaderin Kodu: Sözler, Olaylar ve Durumların İçindeki*
17. *Gizli Notalar*. İstanbul: Destek Yayınları. 132-134.
18. Yemez, Ö. (2020). “Beyaz Gelinlik (1989) Filminde Öznel Aşk Yaşantısının Analizi: Saplantılı Aşk ve Kişilik Organizasyonu İlişkisi”. *Kesit Akademi Dergisi*, 6(25), 129-147.
19. Yıldırım, A. (2021). *50 Maddede İlişkiler*. İstanbul: Karakarga Yayınları.
20. (2022). *40+ İtiraf Hikâyeleri*. İstanbul: Karakarga Yayınları.
21. Yıldız, N. (2022). “Hangi Rol? Kadın mı? Erkek mi? Ömer Seyfettin’in Ayşesi ve Virginia Wool’un *Orlandosu* üzerinden Toplumsal Cinsiyet Rollerini”, *International Journal of Language Academy*. 10(3), 220-238.
22. Wolynn, M. (2016). *Seninle Başlamadı*. Çev. Mine Madenoğlu. İstanbul: Sola Yayınları.
23. *Zeytin Ağacı*. (2022). Yön. Burcu Alptekin. Senarist: Nuran Evren Şit. OGM Pictures. <https://www.dizibox.tv/zeytin-agaci-1-sezon-1-bolum-izle/>.

FİZİKİ COĞRAFYADA MEKÂNSAL ENTERPOLASYON YÖNTEMLERİ

Fatma YAMAN ÖZ¹

Emre ÖZELKAN²

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi/Fen-Edebiyat Fakültesi/ Coğrafya
Bölümü/ ORCID: 0000-0002-6983-288X

²Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi/Mimarlık Ve Tasarım Fakültesi,
Şehir Ve Bölge Planlama/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,
Doğal Afetlerin Risk Yönetimi Anabilim Dalı/
ORCID: 0000-0002-2031-1610

1. Giriş

Coğrafya insan ve mekân arasındaki karşılıklı etkileşimdir. Bu etkileşim hem insanın doğadan etkilenmesi hem de insanın doğayı etkilemesi ile meydana gelen karşılıklı bir ilişkidir. Bu sebeple mekânda bulunan veya değişerek insanı etkileyen tüm coğrafi varlıkların alana dağılışı önemlidir. Ancak her zaman bu coğrafi varlıkların izlenmesi için düzenli veri veya istasyon sayısı yeterli olmayabiliyor. Coğrafi varlıklara ait verilerin toplanması ve aynı zamanda haritalanması için mekânsal enterpolasyon yöntemleri kullanılmaktadır. Bu yöntemler teknolojinin gelişmesi ve Coğrafi Bilgi Sistemlerinin kullanılması ile yaygınlaşmıştır.

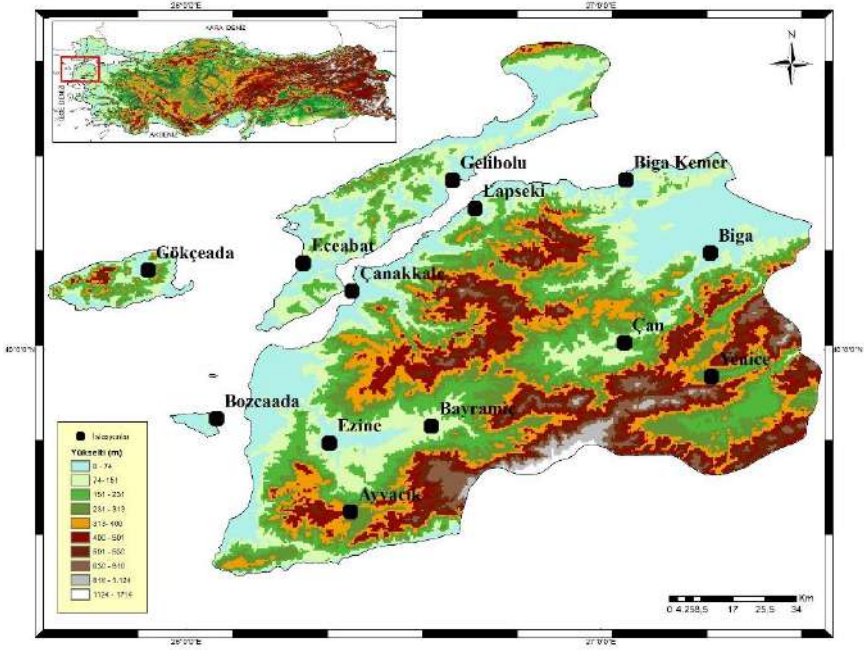
Mekânsal enterpolasyon gözlemlenmiş noktalardan gözlem değeri bulunmayan noktaların tahmin edilme tekniğidir (Öztürk & Kılıç, 2016). Enterpolasyon yöntemleri deterministik ve jeoistatistiksel yöntemler olarak ikiye ayrılmaktadır (Matthews, 2002). Deterministik enterpolasyon teknikleri ölçülen noktalardan örneklenmemiş noktaların değerlerini hesaplayarak benzerlik derecesine göre yüzeyler oluşturmaktadır (Apaydın, Sönmez, & Yıldırım, 2004). Jeoistatistiksel yöntemlerin aksine, deterministik yöntemlerde model hatalarına yönelik tahminlemeler bulunmamaktadır (Hengl, 2007; Özalkan, et al., 2015). Bu yöntemlerden bazıları Inverse Distance Weighting (IDW), Local Polynomial Interpolation (LPI), Radial Basis Functions (RBF), Nearest Neighbours (NN), Spline (S) olarak sıralanabilir (Hadi & Tombul, 2018). Jeoistatistiksel yöntemler noktaların istatistiksel özelliklerini kullanarak ölçülen noktalar arasındaki mekânsal otokorelasyonu kullanarak ölçümü olmayan noktalardaki değerleri tahmin eder (Öztürk & Kılıç, 2016). Daha sonrasında tahmin konumu etrafındaki örnek noktaların mekânsal özelliklerini hesaba katmaktadır (Matthews, 2002). Jeoistatistiksel enterpolasyon yöntemlerinden bazıları Simple Kriging (SK), Ordinary Kriging (OK), Universal Kriging (UK), CoKriging (CK) yöntemleridir (Li & Heap, 2008).

Bu araştırmada en yaygın kullanılan deterministik ve jeoistatistiksel yöntemlerden IDW, LPI, RBF, SK, OK, UK çalışılmıştır (Borges, Franke, da Anunciação, Weiss, & Bernhofer, 2016; Hadi & Tombul, 2018). Çalışma alanı olarak Türkiye'nin batısında yer alan Çanakkale ili seçilmiştir. Çanakkale ilindeki meteoroloji istasyonlarına ait veri arşivi kullanılarak yıllık ortalama hava sıcaklığı, toplam yağış, bağıl nem ve rüzgâr hızı haritaları oluşturulmuştur ve yöntemlerin başarıları karşılaştırılmıştır.

2. Çalışma alanı

Çalışma alanı 25°40'-27°30' doğu boylamları ile 39°27'-40°45' kuzey enlemleri arasındaki Çanakkale il sınırlarını kapsamaktadır (Şekil 1). Çanakkale ili Marmara ikliminin görüldüğü Karadeniz ve Akdeniz iklimleri arasında geçiş

özellği göstermektedir (Eken, Ceylan , Taştekin , Şahin, & Şensoy , 2008). En soğuk ay Ocak ayı ortalama sıcaklığı 4.9°C, en sıcak ay Temmuz ayı ortalama sıcaklığı ise 23.7°C'dir. Yıllık ortalama sıcaklık değeri 14.0°C'dir (Eken, Ceylan , Taştekin , Şahin, & Şensoy , 2008). Bitki örtüsü özellikle alçak kesimlerde Akdeniz kökenli bitkilerden oluşmaktadır.



Şekil 1: Çalışma Alanı.

3. Veri ve Yöntem

3.1. Veri

Çalışmada kullanılan verileri Meteoroloji Genel Müdürlüğünden alınan 2014-2021 yılları arasına aittir. Değerlendirilen iklim verileri yıllık ortalama hava sıcaklığı, toplam yağış, bağıl nem ve rüzgâr hızıdır. Veriler Çanakkale ili içerisindeki düzenli gözlemlerin yapıldığı ve veri bütünlüğünün sağlandığı 13 meteoroloji istasyonuna aittir (Şekil 1). Veri bütünlüğünün sağlanması amacıyla tüm istasyonların aktif olduğu ortak zaman olan 2014-2021 yılları arasındaki veri seti kullanılmıştır. Bu veriler CBS ortamında deterministik ve jeostatistiksel yöntemler ile haritalandırılmıştır.

3.1.1. Deterministik Yöntemler

3.1.1.1. Inverse Distance Weighting

Ters mesafe ağırlıklandırma veya ters mesafe ağırlıklı (IDW) yöntemi, tahmin edilecek noktalardaki değişkenlerin değerlerinin yakınındaki gözlem noktaları ile değerlerinin benzer olduğu varsayımına dayanmaktadır (Li & Heap, 2008; Yavuz

& Erdoğan, 2012; Özelkan, et al., 2015). Bu yöntemde her istasyona ait bir güç parametresi kullanılarak mesafeye bağlı olarak azalan etki ifade edilir. IDW yönteminin genel denklemi (Yavuz & Erdoğan, 2012);

$$\hat{Z}(s_0) = \sum_{i=1}^N \lambda_i Z(s_i) \quad (1)$$

Denklem değerlerinde, $\hat{Z}(s_0)$, (s_0) konumu için tahmin değerini ifade eder. N tahmin konumunu çevreleyen örnek nokta sayısı, λ_i ölçülen her nokta için belirlenen ağırlıklar ile $Z(s_i)$, (s_i) konumunda gözlenen değerlerdir.

Ağırlıklandırma ters mesafenin bir fonksiyonu olup aşağıdaki denklem ile belirlenmektedir (Xu, Zou, Zhang, & Linderman, 2014).

$$\lambda_i = \frac{d_{i0}^{-p}}{\sum_{i=1}^N d_{i0}^{-p}} \quad (2)$$

Bilinen standart noktanın tahmin edilen noktaya karşı ağırlığı, mesafenin artması ile artacaktır. Tahmin işlemi sırasındaki bilinen noktadaki değerlerin ağırlıkları orantılı olması gereklidir (Xu, Zou, Zhang, & Linderman, 2014). Formülde bulunan p değeri üstel güç parametresini ifade etmektedir (Özelkan, Chen, & Ustündağ, 2016). P yani üssün değeri arttıkça belirli konumdaki tahmin, en yakın gözlemlere daha çok benzer hale gelmektedir (Lloyd, 2005; Özelkan, et al., 2015). P değeri diğer çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmada da 2 'ye ayarlanmıştır (Lloyd, 2005; Özelkan, et al., 2015).

3.1.1.2. Local Polynomial Interpolation

Local polynomial interpolation (LPI) yöntemi, tüm veriler yerine sadece belirtilen komşuluk içerisindeki noktaları kullanarak yerel polinomlara uydurmaktadır (Apaydın, Sönmez, & Yıldırım, 2004; Wang, et al., 2014; Hadi & Tombul, 2018). Komşu noktaların tümü birbiri ile örtüşür ve her tahmin için kullanılan değer, komşuluğun merkezindeki uygun polinoma ait değerdir (ArcGIS, 2010). LPI kısa mesafede değişimi yakalayan yüzeyler üretme yeteneğine sahiptir (Wang, et al., 2014). Local polynomial yöntemi için formül aşağıdaki gibidir (Wu, Peng, Xie, & Xu, 2019):

$$\omega = p(x) = a_0 + a_1 x + a_2 x^2 + \dots + a_n x^n \quad (3)$$

3.1.1.3. Radial Basis Functions

Bu teknik temel olarak yüzeyin ölçülen her numune değerinden geçireler oluşturulduğu kesin bir enterpolasyon tekniğidir (Wang, et al., 2014). Radial basis functions (RBF) yönteminin beş farklı fonksiyonu bulunmaktadır bunlar; thin-plate spline, spline with tension, completely regularized spline, multiquadric function, inverse multiquadric function (Ahmed, Shahid, & Harun, 2014). Bu çalışmada spline with tension yöntemi tercih edilmiştir. IDW yönteminden farklı olarak RBF yöntemi ölçülen maksimum değerlerin üzerindeki ve minimum ölçülen değerlerin altındaki değerleri tahmin etmektedir (Apaydın, Sönmez, &

Yıldırım, 2004). Veri noktalarından pürüzsüz yüzeyler hesaplamak için kullanılırken yükseklik gibi hafifçe değişen yüzeylerde iyi sonuçlar vermektedir (Apaydın, Sönmez, & Yıldırım, 2004). Kısa mesafede yatay yüzeyde verilerde büyük değişiklikler olduğunda veriler hataya ve belirsizliğe eğilimli olduğu için uygun bir yöntem değildir (Johnston, Ver Hoef, Krivoruchko, & Lucas, 2001). RBF yöntemi grafiği verilen noktalara yaklaştırmak amacı ile gerilim faktörü uygulanan kübik eğri olup kübik spline yöntemine benzer formül kullanılmaktadır (Pruess, 1976):

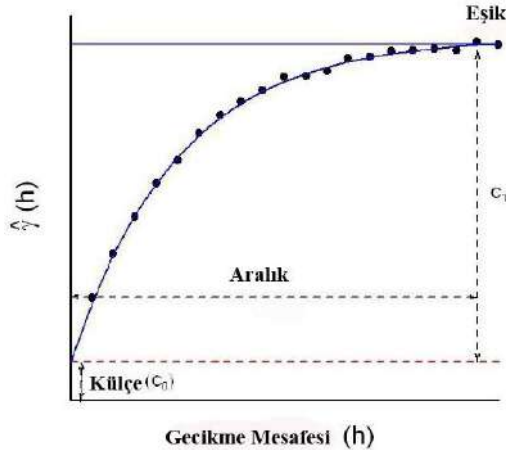
$$f_i^l(x_{i+1}) = f_{i+1}^l(x_{i+1}) \quad (4)$$

3.1.2. Jeostatistiksel Enterpolasyon Yöntemleri

3.1.2.1. Kriging Yöntemi

Jeostatistiksel enterpolasyon yöntemleri, bölgeselleştirilmiş değişken teorisi ile matematiksel istatistik fonksiyonlarından oluşmaktadır (Xu, Zou, Zhang, & Linderman, 2014). Kriging yöntemi birbirine daha yakın noktaların benzerlik olasılığının yüksek olduğunu uzak noktaların ise farklı olma olasılığının daha yüksek olduğunu varsayan jeostatistiksel yöntemlerin bir alt kümesini kullanmaktadır (Hadi & Tombul, 2018). Jeostatistik, sürekli öznelilik değerlerini tahminde bulunmak için kriging algoritmalarını kullanan çeşitli yöntemler bulunmaktadır.

Kriging yöntemlerinde noktalar arasındaki farklılığı göstermek için yarıvariogram kullanılmaktadır. Yarıvariogram, değişkenler arasındaki mesafenin artmasına bağlı olarak rastgele değişkenler arasındaki benzerliğin azalmasındaki ortalama değeri belirlemektedir. (Olea, 1999). Yarıvariogramın karakteristik özelliklerine ise eşik, aralık ve külçe (Şekil 1).



Şekil 2: Yarıvariogram modeli (Li & Heap, 2008 'den uyarlanmıştır).

Yarıvariogram grafiğinde eşik (sill), variogram seviyelerinin düştüğü yarı varyans değeri ya da belirli bir bileşenin genliğini ifade etmek için

kullanılmaktadır (Bohling, 2005) (Şekil 2). Aralık (range), yarıvariogramın eşik değerine ulaştığı gecikme mesafesi iken külçe ölçüm hatası dâhil tipik örnek aralığından daha küçük mesafe değişkenliğini ifade etmektedir (Bohling, 2005) (Şekil 2). Teorik olarak orjindeki yarıvaryans değeri sıfır olmalıdır. Sıfıra çok yakın gecikmeler için sıfırdan önemli ölçüde farklılığın bulunması külçe (nugget) ile ifade edilmektedir (Li & Heap, 2008). Gözlenen verilerin deneysel yarıvariogram yapısının belirlenmesi aşağıdaki denklem ile hesaplanmaktadır (Hadi & Tombul, 2018):

$$\hat{\gamma}(h) = \frac{1}{N(h)} \sum_{i=1}^{N(h)} [Z(s_i) - Z(s_i + h)]^2 \quad (5)$$

Denklem değerlerinde, h: gecikme, $Z(s_i)$: veri setinin noktaları N:ise h ile ayrılan veri noktası çiftlerinin sayısını temsil etmektedir (Hadi & Tombul, 2018).

Deneysel variograma uyması için yöntemde uygulanan modeller bulunmaktadır. Bu variogram Spherical, Gaussian, Exponential, Linear ve Power basit modellerden oluşmaktadır (Li & Heap, 2008). Çalışmada yöntemlerde kullanılan ve literatürde yaygınlık kazanmış Gaussian dağılımının formülü verilmiştir (Frazier, Giambelluca, Diaz, & Needham, 2016):

$$\gamma(h) = c \cdot \left(1 - \exp \left[\frac{-3h^2}{a^2} \right] \right) \quad (6)$$

Denklem değerleri, a: aralık, c: kısmi eşik ve h: gecikme değeridir. Denklemde, h ile ifade edilen gecikme, komşu noktalar arasındaki ortalama mesafeye karşılık gelmektedir (Borges, Franke, da Anunciação, Weiss, & Bernhofer, 2016). Formüldeki c eşik değeri ifade ederken a aralık değerine karşılık gelmektedir (Bohling, 2005). Kriging yöntemlerinde de IDW yöntemine benzer şekilde ağırlıklandırma kullanılmaktadır (Borges, Franke, da Anunciação, Weiss, & Bernhofer, 2016). Ancak olasılıksal bir yöntem olan Kriging yöntem, ölçülemeyen noktaları tahmin etmek için mekânsal ve istatistiksel ilişkilere bağlıdır. Deneysel yarıvariogram veri kümelerinin mekânsal otokorelasyonunu değerlendirmek için araçlar sağlar (Dobesch, Dumolard, & Dyras, 2007; Özelkan, et al., 2015).

3.1.2.2. Ordinary Kriging

Kriging yöntemleri içerisinde en yaygın olarak kullanılan Ordinary Kriging (OK) yöntemidir (Wang, et al., 2014). Bu yöntemde ortalamanın sabit olduğu ancak bilinmediği varsayılarak mekânsal bileşenlere odaklanır ve tahmin edilen değerlerin tahmininde yalnızca yerel komşuluk içindeki örnekleme noktaları kullanılır (Wang, et al., 2014; Hadi & Tombul, 2018). OK yönteminde ağırlık değerinin belirlenmesi için kullanılan denklem IDW denklemi ile hesaplanmaktadır (Hadi & Tombul, 2018). Ancak IDW ‘den farklı olarak variogram modeline uygun ağırlık hesaplamaları farklılık göstermektedir (Borges, Franke, da Anunciação, Weiss, & Bernhofer, 2016; Hadi & Tombul,

2018). Aşağıdaki denklemde hesaplanan ağırlık değeri tüm Kriging yöntemlerinde 1'e toplanmaktadır. Ağırlıklar $\lambda_i : i=1, \dots, N$ tek tip tarafsız koşul altında aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Borges, Franke, da Anunciação, Weiss, & Bernhofer, 2016; Hadi & Tombul, 2018):

$$E(\hat{Z}(s_0)) = E(Z(s_0)) \quad \sum_{i=1}^n \lambda_i = 1 \quad (7)$$

$\sigma(s_0)$ tahmin hatası varyansının minimizasyonu kısıtlaması altında, $\sigma(s_0) = E(Z((s_0) - \hat{Z}(s_0))^2)$ şeklindedir (Li & Heap, 2008; Hadi & Tombul, 2018).

Çalışmada semivariogram parametreleri olarak gecikme (lag), gecikme sayısı (number of lags), nugget (külçe), kısmi eşik (partial sill) ve aralık (range) değerleri verilmiştir. OK için bu değerler yıllık ortalama hava sıcaklığı için gecikme=0,13 km, gecikme sayısı=12, külçe=0,02 °C, kısmi eşik=0,64 °C, aralık=0,73 km'dir. Toplam yağış için gecikme=0,13 km, gecikme sayısı=12, külçe=4824,0 mm, kısmi eşik=1718,5 mm, aralık=1,61km'dir. Bağlı nem semivariogram parametreleri gecikme=0,13 km, gecikme sayısı=12, külçe=7,11 g/m³, kısmi eşik=5,55 g/m³, aralık=1,61 km'dir. Rüzgâr hızı verilerinde gecikme=0,13 km, gecikme sayısı=12, külçe=0,38 m/s, kısmi eşik=1,03 m/s, aralık=1,61km'dir.

3.1.2.3. Simple Kriging

Bu Kriging yöntemi tüm veri kümesine ait ortalamayı kullanırken OK yöntemi belirli enterpolasyon noktası için kriging alt kümesindeki dağılım noktalarının ortalamasını kullanmaktadır (Apaydın, Sönmez, & Yıldırım, 2004). Simple Kriging (SK) yöntemi gözlemlenen verilerden tahmin edilen ortalamaya sahip olarak daha küçük varyans üretmesi beklenir (Hadi & Tombul, 2018). SK yöntemine ait denklem aşağıdaki gibidir:

$$\hat{Z}(s_0) = \sum_{i=1}^n \lambda_i Z(s_i) + [1 - \sum_{i=1}^n \lambda_i] \mu \quad (8)$$

Denkleminde μ : bilinen sabit ortalamadır ve tüm alan üzerinde sabit olduğu varsayılarak verilerin ortalaması alınıp hesaplanır (Li & Heap, 2008).

SK için bu değerler yıllık ortalama hava sıcaklığı için gecikme=0,11 km, gecikme sayısı=12, külçe=0,32 °C, kısmi eşik=1,50 °C, aralık=1,35 km'dir. Toplam yağış için gecikme=0,13 km, gecikme sayısı=12, külçe=0,94 mm, kısmi eşik=0,3 mm, aralık=1,61km'dir. Bağlı nem semivariogram parametreleri gecikme=0,11 km, gecikme sayısı=12, külçe=0,84 g/m³, kısmi eşik=0,48 g/m³, aralık=1,35 km'dir. Rüzgâr hızı verilerinde gecikme=0,11 km, gecikme sayısı=12, külçe=0,51 m/s, kısmi eşik=1,04 m/s, aralık=1,35 km'dir.

3.1.2.4. Universal Kriging

SK ve OK yöntemlerinden farklı olarak Universal Kriging (UK) yöntemi verilerin mekânsal bir trende sahip olmasını ifade eder (Wang, et al., 2014). Bu yöntem tarafından dış sürüklenme veya eğilim (yükseklik veya sıcaklık gibi)

şeklinde ikincil değişken kullanılmasına olanak sağlarken çalışma alanı boyunca verilerde durağan olmayanı hesaba katar (Hadi & Tombul, 2018). Çünkü değişkeler ile veriler arasında doğrusal ilişki kabul edilir (Frazier, Giambelluca, Diaz, & Needham, 2016). Bulunan eğilim sürekli mekânsal varyasyona sahiptir ancak basit matematiksel fonksiyonlarla modellenemeyecek kadar düzensizdir. Bu sebeple düzensizliği önlemek amacı ile stokastik ve deterministik bileşenler dâhil edilir (Hadi & Tombul, 2018). Yöntem aşağıdaki denklem ile hesaplanmaktadır:

$$\hat{Z}_{UK}(s_0) = \sum_{i=1}^N \lambda_i^{UK} Z(s_i) \quad (9)$$

UK için bu değerler yıllık ortalama hava sıcaklığı için gecikme=0,13 km, gecikme sayısı=12, külçe=0,17 °C, kısmi eşik=0,93 °C, aralık=1,61 km'dir. Toplam yağış için gecikme=0,13 km, gecikme sayısı=12, külçe=4824,0 mm, kısmi eşik=1718,5 mm, aralık=1,61km'dir. Bağlı nem semivariogram parametreleri gecikme=0,13 km, gecikme sayısı=12, külçe=7,11 g/m³, kısmi eşik=5,55 g/m³, aralık=1,61 km'dir. Rüzgâr hızı verilerinde değerler SK yöntemi ile benzer olup gecikme=0,13 km, gecikme sayısı=12, külçe=0,38 m/s, kısmi eşik=1,03 m/s, aralık=1,61km'dir.

3.1.3. Çapraz Doğrulama (Cross Validation)

Yalnızca örnek veri setinde olan mevcut bilgilerin kullanılıp ölçülen değerlerin enterpolasyonlu değerler ile karşılaştırılması ile çapraz doğrulama tekniği uygulanmaktadır (Keblouti, Ouerdachi, & Boutaghane, 2012). Çapraz doğrulama yöntemi farklı ağırlıklandırma prosedürleri, farklı arama stratejileri veya farklı tahmin yöntemlerinin karşılaştırılıp seçiminde yardımcı olmaktadır (Keblouti, Ouerdachi, & Boutaghane, 2012). Belirli bir konumdaki değerlendirilen veri, veri setinden çıkartılıp aynı konumdaki değer daha sonra kalan numuneler kullanılarak tahmin edilir. Tahmin hesaplandıktan sonra değer başlangıçtaki örnek veri setinden çıkartılan gerçek değer ile karşılaştırılabilir (Keblouti, Ouerdachi, & Boutaghane, 2012; Xu, Zou, Zhang, & Linderman, 2014; Borges, Franke, da Anunciação, Weiss, & Bernhofer, 2016; Hadi & Tombul, 2018). Çapraz doğrulamanın eksikliklerinden biri, enterpolasyon modelinin tüm örnek veriler kullanılarak tanımlanması olup doğrulamanın tamamen bağımsız olmadığını gösterir (Tveito, Wegehenkel, van der Wel, & Dobesch, 2008; Borges, Franke, da Anunciação, Weiss, & Bernhofer, 2016; Hadi & Tombul, 2018). Enterpolasyon yöntemlerinin doğruluğunu değerlendirmek için kullanılan doğrulama türleri bulunmaktadır. Bunlar, RMSE (ortalama karekök hata), MAE (ortalama mutlak hata), ME (ortalama hata) türleri bulunmaktadır.

RMSE değeri hataları analiz etmek için kullanılan tahmin değerleri arasındaki farkın standart sapmasını ifade etmektedir (Wang, et al., 2014; Hadi & Tombul, 2018; İçağa & Taş, 2018).

Çalışmada varyans analizinin (ANOVA) olasılık (p) değeri olan anlamlılık F (SF) ve R değerleri gözlemlenen sonuçların istatistiksel önemini ölçmek amacı ile kullanılmaktadır (Wasserstein & Lazar, 2016; Andrade, 2019). Anlamlılık seviyeleri %5, %1 ve %0,1 olabilir. Deneyisel çalışmalarda sırasıyla %95, %99 ve %99,9'luk bir “güven düzeyine” karşılık gelir (Shrestha, 2019). Çalışmada kullanılan güven aralığı %95 ve R, RMSE ve F değerlerine bağlı değerlendirmeler yapılmıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

Çanakale ili iklim haritalarının oluşturulmasında deterministik yöntemlerden IDW, LPI, RBF yöntemleri ve jeostatistiksel yöntemlerden SK, OK, UK yöntemleri denenmiştir. Jeostatistiksel yöntemlerde Gaussian yarıvariogram modeli kullanılmıştır. Yöntemlerin CBS ortamında oluşturulan haritaları Şekil 3-8 'de gösterilmiştir. Her bir yöntemin başarısını gösteren R, RMSE ve F değerleri Tablo 1'de verilmiştir.

Yıllık ortalama hava sıcaklığı mekânsal dağılımında sıcaklık dağılımı kıyıda iç kesimlere doğru azalmaktadır. OK ve IDW yöntemleri diğer haritalardan farklılaşırken diğer yöntemlerde çalışma alanının güneydoğu kesimine doğru aşamalı değişim gözlenir (Şekil 3). Yıllık ortalama hava sıcaklığı değerleri anlamlılık F değerine baktığımızda en yüksek değer 0,02 ile IDW yöntemine aittir (Tablo 1). F değerleri diğer yöntemlerde 0 ile 0,01 arasında değiştiği görülmektedir. Yıllık ortalama hava sıcaklığı değerlerinde en başarılı yöntem 1,00 R değeri ile OK ve en başarısız yöntem 0,65 R ile IDW olarak belirlenmiştir (Tablo 1). RMSE değerleri 0,39-0,54 arasında değişmektedir ve IDW en yüksek değere sahiptir. Şekil 3'te görüldüğü gibi IDW ve OK yöntemleri birbiri ile benzerlik gösterirken, SK ve UK yöntemleri birbirine yakın benzerliklere sahiptir. IDW yöntemi dışında tüm yöntem haritaları birbiri ile paralellik göstermektedir (Şekil 3).

Yıllık ortalama yağış değerlerinde de sıcaklık dağılışında olduğu gibi çalışma alanının güneydoğusunda yağış değerlerinde artış görülmektedir (Şekil 4). Yıllık ortalama toplam yağış enterpolasyon sonuçlarının F anlamlılık değerlerinde en yüksek değer IDW yöntemine ait olup 0,18'dir (Tablo 1). F anlamlılık değerleri diğer yöntemlerde 0 ile 0,02 değerleri arasındadır. R değerlerinde en başarılı yöntemlerin OK, SK ve UK yöntemleri olduğu görülmektedir (Tablo 1). RMSE değerlerinin en yüksek olduğu yöntem LPI yöntemi 0,95 'dir. En düşük değer SK yöntemi ve 78,33 değeridir. Hazırlanan yöntem haritalarında ise IDW ve RBF

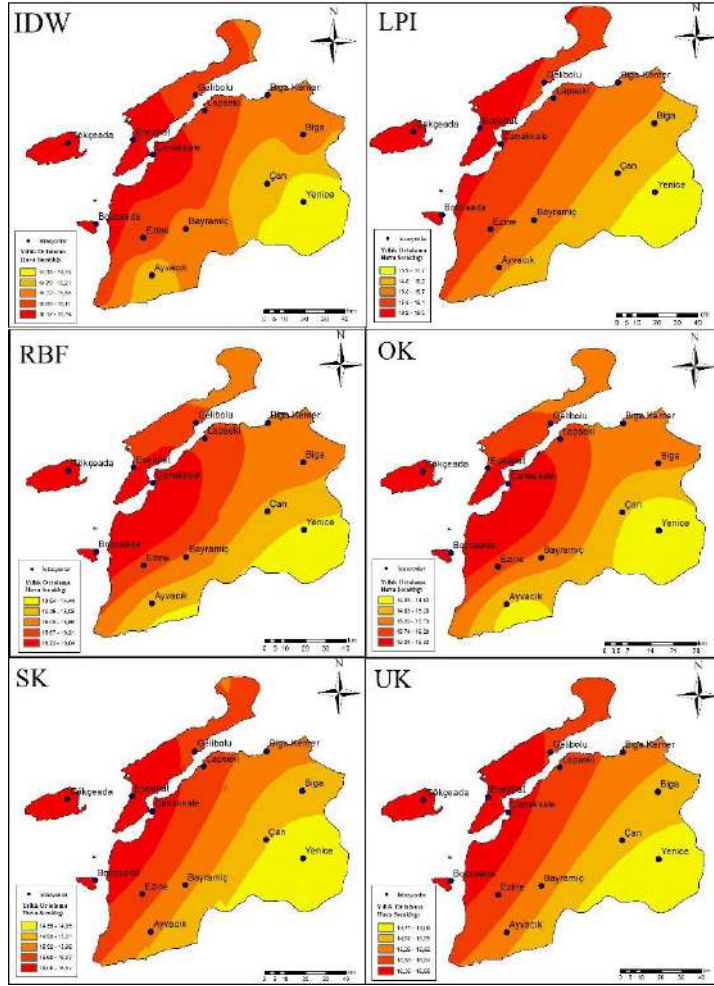
yöntemleri benzerlik gösterirken diğer yöntem haritaları da birbiri ile paraleldir (Şekil 4).

Yıllık ortalama bağıl nem değerlerinin tüm yöntemlerde çalışma alanının kuzey kesiminden güneye doğru artışı görülmektedir (Şekil 5). Enterpolasyon yöntemlerinde istatistiksel olarak anlamlılık F değerine baktığımızda en yüksek değer RBF yöntemi 0,80 değeridir. En düşük değer SK ve UK yöntemlerine aittir (Tablo 1). En başarısız yöntemler R değerine göre IDW, LPI ve RBF yöntemleridir. R değerlerine deterministik yöntemlerde en düşük değerler görülürken Kriging yöntem değerleri benzer yüksek sonuçlara sahiptir (Tablo 1). RMSE değerleri 3,67 ile en yüksek IDW yönteminde görülürken diğer yöntem değerleri 3,42 ile 3,02 arasında değişmektedir (Tablo 1). Şekil 5'te görüldüğü gibi IDW ve RBF yöntem haritaları birbiri ile benzerlik gösterirken diğer yöntem haritaları da birbiri ile benzer şekildedir.

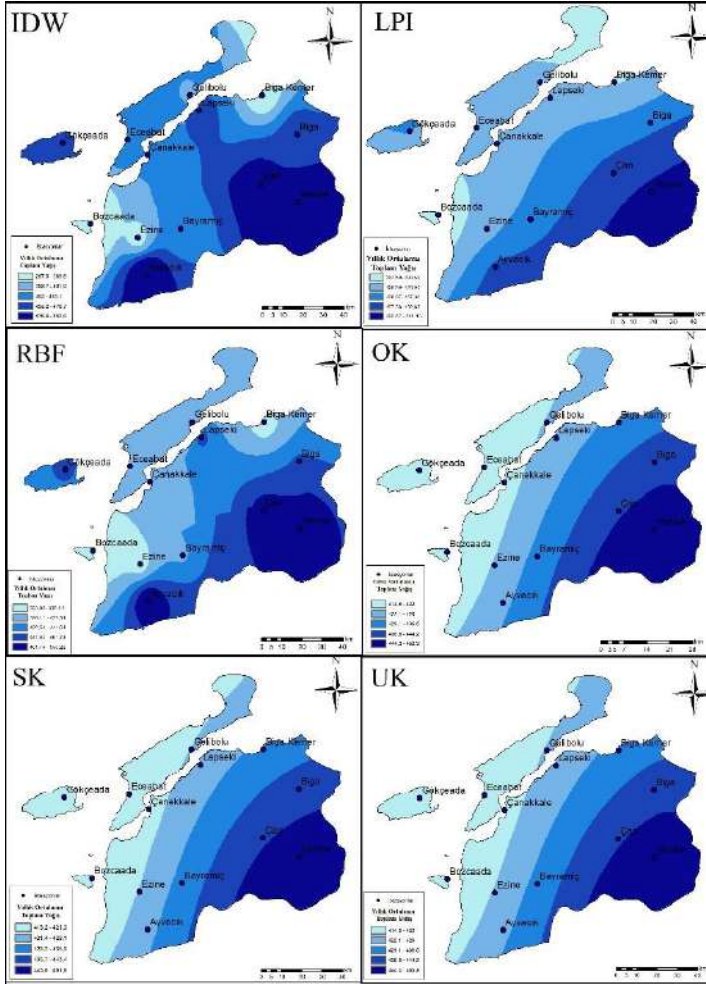
Çanakkale bulunduğu coğrafi konum özellikleri, boğazın uzanış doğrultusu sebebi ile yılın büyük bir bölümünde rüzgârın etkili olduğu bir ildir (Koç, 2008). Rüzgâr hızının yoğunlaştığı alanların kıyı kesimde olduğu görülmektedir (Şekil 6). Yöntemler içerisinde F anlamlılık değeri en yüksek 0,18 ile IDW yöntemidir. Genel olarak F değerleri 0 ile 0,22 arasında değişmektedir. Yöntemler içerisinde en başarılı yöntemin R değeri 0,85 ile SK yönteminde iken en başarısız yöntemin 0,13 ile RBF yöntemidir (Tablo 1). RMSE değerinde en yüksek değer IDW yönteminde iken en düşük değerler 0,71 ile OK ve UK yöntemlerindedir (Tablo 1). Diğer yöntem haritalarında da olduğu gibi IDW ve RBF benzer görünümlededir (Şekil 6).

Modeller	SICAKLIK			YAĞIŞ			NEM			RÜZGAR		
	F	R	RMSE	F	R	RMSE	F	R	RMSE	F	R	RMSE
IDW	0,02	0,65	0,54	0,18	0,22	87,64	0,75	0,10	3,67	0,18	0,40	0,86
LPI	0,01	0,71	0,52	0,00	0,33	95,82	0,79	0,08	3,41	0,02	0,62	0,69
RBF	0,00	0,84	0,39	0,02	0,43	82,56	0,80	0,08	3,08	0,22	0,37	0,81
OK	0,00	1,00	0,47	0,00	0,47	80,75	0,03	0,61	3,06	0,00	0,84	0,71
SK	0,00	0,92	0,51	0,00	0,47	78,33	0,02	0,62	3,02	0,00	0,85	0,72
UK	0,00	0,91	0,50	0,00	0,47	80,75	0,02	0,61	3,06	0,00	0,84	0,71

Tablo 1: Yıllık ortalama hava sıcaklık, toplam yağış, bağıl nem ve rüzgâr hızı için modellerin doğrulanması.



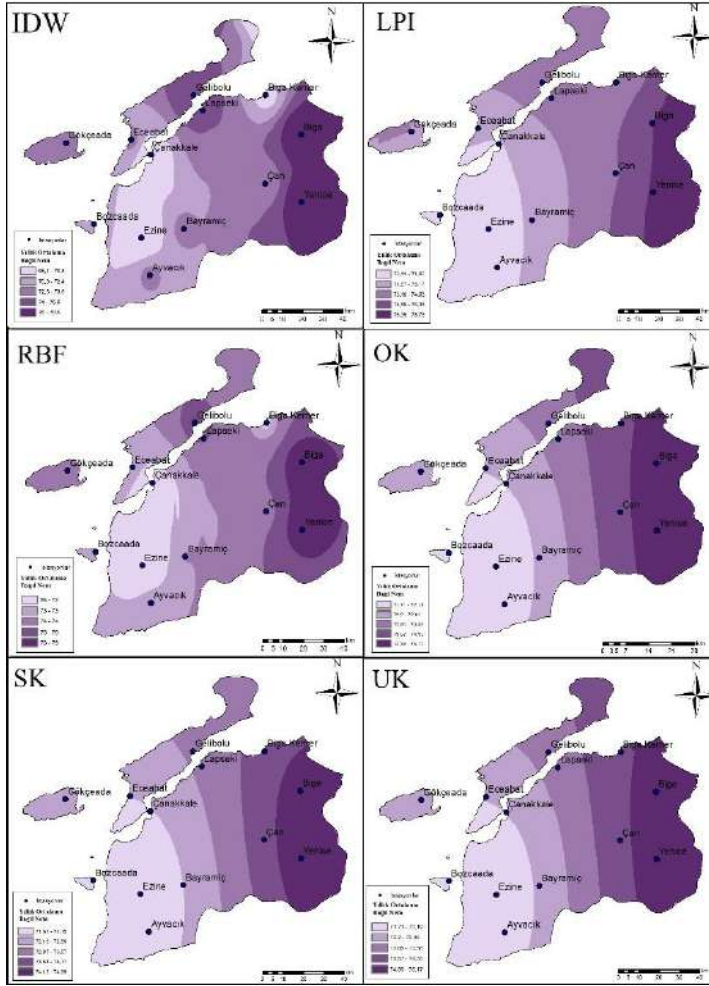
Şekil 3: Yıllık ortalama hava sıcaklık mekânsal dağılımı.



Şekil 4:Yıllık ortalama toplam yağış için mekânsal dağılım.

5. Sonuçlar

Çanakkale ili iklim haritalarının oluşturulmasında deterministik yöntemlerden IDW, LPI, RBF yöntemleri ve jeostatistiksel yöntemlerden SK, OK, UK yöntemleri denenmiştir. İncelenen tüm iklimsel verilerde 0,05 anlamlılık değerine göre istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar görülürken R ilişki değerlerine göre pozitif korelasyon ilişkisi görülmektedir. Yıllık ortalama hava sıcaklığı mekânsal dağılımında F değeri ve R korelasyon ilişkisi ile RMSE değerlerine göre yıllık ortalama hava sıcaklığında en avantajlı yöntemin IDW olduğu görülmektedir (Tablo 1). Yıllık ortalama yağış değerlerinin mekânsal dağılımında IDW yöntemi F değerine göre anlamlı sonuçlara sahiptir. R değerine göre tüm kriging türleri anlamlı sonuçlar vermektedir.



Şekil 5: Yıllık toplam ortalama bağıl nemin mekânsal dağılımı.

KAYNAKÇA

1. Ahmed, K., Shahid, S., & Harun, B. (2014). Spatial interpolation of climatic variables in a predominantly arid region with complex topography. *Environ Syst Decis*, 34, 555-563.
2. Andrade, C. (2019). *The P value and statistical significance: Misunderstandings, explanations, challenges and alternatives* (Cilt 41). Indian: Indian J. Psychol Med.
3. Apaydın, H., Sönmez, K., & Yıldırım, E. (2004). Spatial interpolation techniques for climate data in the GAP region in Turkey. *Climate Research*, 28, 31-40.
4. ArcGIS. (2010). *Esri Türkiye. İşlem Şirketler Grubu Eğitim Dökümanları*.
5. Aydın, O. (2014). Türkiye'de Yıllık Ortalama Toplam Yağışın Kriging Yöntemiyle Belirlenmesi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
6. Bohling, G. (2005). *Introduction to Geostatistics and Variogram Analysis*. Kansas: Kansas Geological Survey.
7. Borges, P., Franke, J., da Anunciação, Y., Weiss, H., & Bernhofer, C. (2016). Comparison of spatial interpolation methods for the estimation of precipitation distribution in Distrito Federal, Brazil. *Theoretical and Applied Climatology*(123), 335-348.
8. Çalışkan, O. (2016). Klimatolojik Araştırmalar. N. Özgen , & S. Karadoğan içinde, *Fiziki Coğrafyada Araştırma Yöntemleri ve Teknikler* (s. 248-283). Ankara: Pegem Akademi.
9. Dobesch, H., Dumolard, P., & Dyras, I. (2007). *Spatial interpolation for climate data: the use of GIS in climatology and meteorology*. London: ISTE.
10. Eken, M., Ceylan , A., Taştekin , A., Şahin, H., & Şensoy , S. (2008). *Klimatoloji II*. Ankara: Çevre ve Orman Bakanlığı Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü.
11. Frazier, A., Giambelluca, T., Diaz, H., & Needham, H. (2016). Comparison of geostatistical approaches to spatially interpolate month-year rainfall for the Hawaiian Islands. *International Journal of Climatology*, 36 (3), 1459-1470.
12. Hadi, J., & Tombul, M. (2018). Comparison of Spatial Interpolation Methods of Precipitation and Temperature Using Multiple Integration Periods . *Journal of the Indian Society of Remote Sensing*, 46, 1187-1199.
13. Hengl, T. (2007). *A Practical Guide to Geostatistical Mapping of Environmental Variables*. Italy: European Communities.

- 14.İççağa, Y., & Taş, E. (2018). Comparative Analysis of Different Interpolation Methods in Modeling Spatial Distribution of Monthly Precipitation Spatial Distribution of Monthly Precipitation . *Doğal Afetler ve Çevre Dergisi*, 4(2), 89-104.
- 15.Johnston, K., Ver Hoef, J., Krivoruchko, K., & Lucas, N. (2001). *Using ArcGIS Geostatistical Analyst*. CA.: ESRI Press: Redlands.
- 16.Kablouti, M., Ouerdachi, L., & Boutaghane, H. (2012). Spatial Interpolation of Annual Precipitation in Annaba-Algeria - Comparison and Evaluation of Methods. *Energy Procedia* , 18, 468-475.
- 17.Koç, T. (2008). Kuzeybatı Anadolu'da (Türkiye) Hava Tipleri. *Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı (Bahar-Güz)*, 103-132.
- 18.Li, J., & Heap, A. (2008). *A Review of Spatial Interpolation Methods for Environmental Scientists*. Geoscience Australia Record.
- 19.Li, H., & Heap, D. A. (2008). *A Review of Spatial Interpolation Methods for Environmental Scientists* (Cilt 2008/23). Geoscience Australia.
- 20.Lloyd, C. D. (2005). Assessing the effect of integrating elevation data into the estimation of monthly precipitation in Great Britain. *Journal of Hydrology* 308 (1-4), 128-150.
- 21.Matthews, S. (2002). *ArcGIS Geostatistical Analyst*. GIS Resource Document 02-19.
- 22.Olea, R. (1999). *The Semivariogram*. Geoistatistics for Engineers and Earth Scientists.
- 23.Ozelkan, E., Chen, G., & Üstündağ, B. (2016). Spatial estimation of wind speed: a new integrative model using inverse distance weighting and power law. *INTERNATIONAL JOURNAL OF DIGITAL EARTH*, 9(8), 733-747.
- 24.Ozelkan, E., Bağış, S., Özelkan, C., Üstündağ , B., Yücel, M., & Örmeci, C. (2015). Spatial interpolation of climatic variables using land surface temperature and modified inverse distance weighting. *International Journal of Remote Sensing* , 36(4), 1001-1025.
- 25.Oztürk, D., & Kılıç, F. (2016). Geostatistical Approach for Spatial Interpolation of Meteorological Data. *An Acad Bras Cienc* , 88(4), 2122-2136.
- 26.Pruess, S. (1976). Properties of Splines in Tension. *Journal of Approximation Theory*, 17, 89-96.
- 27.Shrestha, J. (2019). *ResearchGate*. LinkedIn. adresinden alındı
- 28.Tveito, O., Wegehenkel, M., van der Wel, F., & Dobesch, H. (2008). *COST Action 719: the use of geographic information systems in climatology and meteorology*. Luxembourg: EUR-OP.

29. Wang, S., Huang, H. G., Lin, G. Q., Li, Z., Zhang, H., & Fan, R. Y. (2014). Comparison of interpolation methods for estimating spatial distribution of precipitation in Ontario, Canada. *International Journal of Climatology*, 34, 3745–3751.
30. Wasserstein, R., & Lazar, N. (2016). The ASA's Statment an p-Value: Context, Process and Purpose. *The American Statistician*, 70(2), 129-133.
31. Webster, R., & Oliver, M. (2001). *Geostatistics for Environmental Scientists*. John Wiley & Sons.
32. Wu, Y., Peng, S., Xie, Q., & Xu, P. (2019). Nonlinear least squares with local polynomial interpolation for quantitative analysis of IR spectra. *Spectrochimica Acta Part A: Molecular and Biomolecular Spectroscopy* 206, 147-153.
33. Xu, W., Zou, Y., Zhang, G., & Linderman, M. (2014). A comparison among spatial interpolation techniques for daily rainfall data in Sichuan Province, China. *International Journal of Climatology*, 35(10), 2898-2907.
34. Yavuz, H., & Erdoğan, S. (2012). Spatial Analysis of Monthly and Annual Precipitation Trends in Turkey. *Water Resour Manage*(26), 609-621.

ÖRGÜT BÜYÜKLÜĞÜ KARAR VERMEYİ NASIL ETKİLER?

Doktora Öğrencisi Fatma Yeşilkuş¹

Doç. Dr. Onur Başar Özbozkurt²

¹*Tarsus Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-7749-9562*

²*Tarsus Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-2325-2433*

1. GİRİŞ

Bir örgütün büyüklüğü toplam varlıklar, toplam satışlar, çalışan sayısı ve piyasa değeri ile ölçülebilir. Bir örgüt ne kadar büyükse, dışarıdan sermayeyi o kadar kolay toplamakta; sermayesi ne kadar büyük olursa, o kadar büyümektedir (Kartikasari ve Merianti, 2016: 410). Ancak büyük örgütler, beraberinde büyük ve kritik kararları da beraberinde getirmektedir (Fors Connolly vd., 2021: 1072).

Karar verme, örgütlerin konumlarının performansını olumlu ya da olumsuz yönde belirlemede hayati bir faktördür. Karar verme konusu stratejik yönetim bünyesinde önemli bir konudur (Olawaju, 2012: 552). Ancak ilgili literatürde örgüt büyüklüğü ve karar alma ilişkisini alan çalışmaların kısıtlı düzeyde kaldığı görülmüştür. Bu nedenle bu bölümün başlıca amacı, bir örgütün büyümesiyle aldığı kararların yapısının değişip değişmediğini incelemektir. Buradan hareketle bu bölümde önce örgüt büyüklüğü açıklanmış olup, ardından karar, karar türleri, karar verme süreci ve bu süreç içerisinde yer alan modeller ile örgüt büyüklüğü ve karar verme arasındaki ilişki detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

2. ÖRGÜT BÜYÜKLÜĞÜ

Bir örgütün etkileşim ağı her zaman örgütün büyüklüğüne göre şekillenmektedir ve örgütler her birinin kendine özgü özelliklere sahip; küçük, orta, büyük ve dev (giant) gruplar olarak ayrılmaktadır (Caplow, 1957: 484). Örgütün kapasitesi büyüdükçe, örgütün elde ettiği performans ve kalite ölçümüne etki eden faktörler de değişebilmektedir (Manojlović, 2016: 247).

Örgüt büyüklüğü bir kuruluşun yapısal özelliğidir ve alan hacmi, satış hacmi, net varlıklar, müşteriler veya kuruluşta istihdam edilen kişi sayısı olarak tanımlanmaktadır (Theodore, 2009: 46). Bir örgütün büyüklüğü, daha sonra yapının seviyelerini ve departmanlaşmasını etkileyen organizasyon yapısını etkiler. Büyük örgütler, küçük örgütlere kıyasla uzmanlaşma, bölümlendirme, merkezileşme, kural ve düzenlemelere daha fazla sahip olma eğilimindedir (Robins ve Coulter, 2005: 7).

Örgütsel büyüklük, kaynakların ve uzmanlıkların çeşitliliği ve daha fazla kullanılabilir kaynak elde edilmesinde kritik öneme sahiptir. Bu sayede büyük örgütler, organizasyonundaki değişim girişimlerini başarılı bir şekilde gerçekleştirme eğiliminde olabilmektedir (Han, 2001: 24). Büyüklük, bir örgütün verimliliğini ve etkinliğini etkileme gücüne sahiptir. Büyük örgütler, müşterilerinin daha duyarlı olması için çeşitli şubelerin açılması ve faaliyetlerin merkezden uzaklaştırılması yoluyla bunu başarabilmektedir (Amah vd., 2013: 120).

Büyükölük aynı zamanda bir örgütün performansını başarılı yönde etkilemektedir (Judge, 1994: 1). Böylece örgütler, sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmekte ve kârlılığını artırabilmektedir (Amah vd., 116). Bununla birlikte örgüt büyüklüğü, örgüt-tedarikçi ilişkilerinin zamansal yönelimini etkilemekte ve güven, bağılılık, memnuniyet ve uzun süreli ilişkilerin kurulmasına olanak sağlamaktadır (Redondo ve Fierro, 2007: 236).

Ancak bir örgütün büyüme aşamalarında karşılaştığı engeller ve dezavantajların varlığından da söz etmek mümkündür. Örneğin, mülkiyet kontrolünün olmaması, artan finansal riskler ve daha ağır iş yükü süreçlerinin olması, yöneticilerin karar verme yapısını da değiştirmektedir. Farklı bir ifadeyle, büyük örgütler, kritik ve büyük kararları da beraberinde getirmektedir (Fors Connolly vd., 2021: 1072).

3. KARAR

Örgütsel karar verme sürecinde ilk olarak karşımıza karar ve karar verme kavramları çıkmaktadır. Karar, problem ya da iş hakkında derinlemesine düşünülerek verilen kesin yargı şeklinde tanımlanabilmektedir (Özer, 2012: 149-150). Bu tanıma ek olarak, bir iş için düşünüp taşınılarak, uygun olan nihai sonuca varılması olarak açıklanabilmektedir (Koçel, 2011: 109).

Yöneticinin veya herhangi bir bireyin, herhangi bir konuda tercih etmiş olduğu “seçim”, kararı oluşturmaktadır (Çürük, 2007: 3). Açık bir ifadeyle, yöneticinin, ilgili durumları düşünmesi ve bu düşünme sonucunda çare veya çözüm olarak nitelediği unsur, “karar”dır (Koçel, 2011: 109).

Karar verme, örgütün nihai amaçlara ulaşmasında ya da örgütte karşılaşılabilecek muhtemel sorunların çözümünde belirlenen alternatifler arasından birini seçmeyi nitelemektedir (Sağır, 2006: 1). Planlama, yöneltme ve denetim gibi fonksiyonların, organizasyonlarda karar verme süreci ile doğrudan ilişkili olması sebebiyle karar, örgütün uzun dönemli amaçlarında kritik bir role sahiptir (Şimşek, 2020: 4). Karar verme sürecinde örgütün gerek yönetici gerekse alt kademe çalışanlarının yer alması önem arz etmektedir. Karar vermeyi, işletmedeki tepe yönetim gerçekleştirmekte; orta ve alt düzey kademede yer alan yöneticiler ise yönetsel faaliyetlerini tepe yönetimin verdiği kararlar doğrultusunda yerine getirmektedir (Kıral, 2015: 77). Bu sebeple karar verme yetisi üst düzey kademede yer alan yöneticilerde bulunması gereken bir özelliktir (Paşaoğlu vd., 2013: 16). Karar veremeyen ve karar verme sürecini uygun bir şekilde idare edemeyen yöneticiler, başarısız olarak nitelendirilmektedir (Koçel, 2011: 109).

3.1. Karar Türleri

Organizasyonlarda verilen kararların farklı kategorilere ve türlere göre sınırlandırılması mümkündür (Cengiz, 2015: 31). Genel anlamda karar tipleri; programlanabilen (rutin) ve programlanamayan (rutin dışı kararlar), stratejik ve operasyonel kararlar, kurumsal kararlar ve yönetsel kararlar gibi türlere ayrılmaktadır (Lamba, 2014: 8). Bu sınıflamalar arasında örtüşmeler olmakla birlikte, her karar tipinin vurguladığı özellik farklı nitelik taşımaktadır (Koçel, 2011: 111).

Programlanabilen kararlar; tekrarlanabilen, iyi tanımlanabilen ve sorunun çözümü için prosedürleri mevcut olan kararları ifade etmektedir. Performans kriterlerinin normalde açık olması, örgütün mevcut performansı hakkında iyi bilgilere sahip olunması, alternatiflerin kolayca belirtilebilmesi ve seçilen alternatifin başarılı olacağına dair göreceli bir kesinlik olması sebebiyle iyi yapılandırılmıştır (Daft, 2008: 452). Programlanabilen kararlar, gelecekte karar kurallarının geliştirilmesini ve uygulanmasını sağlayacak kadar sık meydana gelen durumları içermektedir. Programlı kararlar, tekrarlayan organizasyonel sorunlara yanıt olarak verilir. Stoklar belli bir seviyeye düştüğünde kâğıt ve diğer ofis malzemelerini yeniden sipariş etme kararı programlanabilen bir karardır. Diğer programlanabilen kararlar, belirli işleri doldurmak için gerekli beceri türleri, üretim envanteri için yeniden sipariş noktası, bütçeye göre %10 veya daha fazla harcama için istisna raporu ve ürün teslimatları için navlun yollarının seçilmesi ile ilgilidir. Yöneticiler karar kurallarını formüle ettikten sonra, astlar ve diğerleri geri kalan kararları verebilmektedir (Daft ve Marcic, 2006: 206).

Diğer taraftan, programlanamayan kararlar ise daha çok bireye bağlıdır ve prosedürlere bağlanması zordur. Yaratıcılığın kritik öneme sahip olduğu ve çoğu kez bilinmeyenlerin yer aldığı bir çevrede yapılan stratejik nitelikteki tercihleri ifade etmektedir (Erşahan, 2011: 9). Programlanamayan kararlarda, karar verme sürecinin her bir safhası için önceden belirlenmiş prosedürlerden yararlanmak mümkün olmamaktadır. Her durum için gerekli olan safhaların hepsinin yerine getirilmesi gerekmektedir (Koçel, 2011: 112).

Programlanamayan kararlar, yöneticilerin bir organizasyonun değişen ve belirsiz koşullara çözüm bulmasını sağlayan en yaratıcı, yeni ve yapılandırılmamış kararları vermesini içermektedir (Jones, 2013: 357). Bu nedenle programlanamayan birçok karar stratejik planlamayı içermektedir. Çünkü bu karar türünde, belirsizlik büyük; kararlar, karmaşıktır. Yeni bir ürünün

ya da hizmetin geliştirilmesi, yeni bir fabrikanın kurulması, yeni bir coğrafi pazara girilmesi veya organizasyonun konumunu başka bir alana yerleştirme kararları programlanamayan kararlardır (Daft ve Marcic, 2006: 206). Programlanamayan karar verme türünde, programlanabilen kararların verilmesine kıyasla daha fazla çözüm bulmak için bilgi, yöneticiler, fonksiyonlar ve bölümler arasında aktif iş birliği gerekmektedir (Jones, 2013: 357).

Stratejik kararlar, organizasyonun üst yönetimi tarafından alındığı için işletmenin bütününe etkilemesi sebebiyle önem arz etmektedir. Stratejik kararı veren birey veya yöneticilerin nitelikleri ve kişisel özellikleri ile nihai kararların niteliği uyuşmalıdır. Nitekim, tepe yönetimdeki karar vericinin sahip olduğu yetkinliklerin fazlalığı ve risk alma düzeyi aldığı kararın organizasyona olan faydasını da artıracaktır (Özen, 2019: 61). Tam tersi olarak düşünüldüğünde ise tepe yönetimde yer alan bireyin sahip olduğu yetkinlikler o mevki için yeterli ve uygun değilse, alınan kararın etkin ve organizasyonun amaçlarına uygun olması beklenmemelidir. Ek olarak, alınan kararın yapısı organizasyon içindeki diğer yönetim düzeyleri üzerinde olumlu veya olumsuz etki gösterebilmektedir (Keysan, 2018: 7).

Operasyonel kararlar, tepe yönetim tarafından alınan stratejik kararların alt seviyelerde hangi iş görenler tarafından nasıl ve ne şekilde uygulanacağına dair gerçekleştirilen eylemlere yönelik kararları kapsamaktadır (Aydın, 2008: 21). Operasyonel kararlar, organizasyonun hiyerarşik yapısındaki en alt seviyeyi ifade etmekte ve eyleme yönelik alınan kararları nitelemektedir. Operasyonel kararların temel hedefi, organizasyonun faaliyet gösterdiği alanda kaynaklarının etkili ve verimli şekilde kullanılması ve istenilen çıktı miktarının elde edilmesidir (Eren, 2003: 195). Kısacası, operasyonel kararlar, üst yönetim tarafından alınan stratejik kararların alt seviyelerdeki uygulamalarıyla ilgili olan eyleme yönelik kararları ifade etmektedir. Bu kararlar organizasyonun başlıca faaliyet alanına ve amacına uygun olarak düzenlenmektedir. İstenen amaca ulaşılması suretiyle organizasyon kaynaklarının kullanımı en etkin ve verimli şekilde gerçekleştirilmektedir (Keysan, 2018: 8-9).

Kurumsal kararlar, organizasyonun kurulması ve girişimde bulunmasını ifade etmektedir. Açık bir ifadeyle, organizasyonun nerede kurulması gerektiğini, ticareti ne şekilde gerçekleştireceğini, ekonomik göstergelerin nasıl olması gerektiği yönünde alınan kararları kapsamaktadır. Yöneticiler tarafından, gerekli analizler ve fizibilite çalışmaları yapılarak, en uygun yatırım alanı belirlenmeye

çalışılmaktadır. Ancak, bu kararların belirsizlik düzeyleri yüksektir (Eren, 2003: 192).

Yönetmel kararlar ise kararın alınma koşullarına ilişkin durumları göz önünde bulundurarak belirlilik ve belirsizlik ortamlarında alınan kararları ifade etmektedir (Karalar, 1975: 11). Organizasyon, kendini geliştirmek amacıyla kendi içinde belirli bölümlere ayrılmaktadır. Bu bölümlerin, kendi arasında gerçekleştirdiği iletişim ve uyum, yönetmel kararlar çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Ayrıca yönetmel kararlar, organizasyonun kendisiyle dış çevre arasındaki ilişkilerin düzenlenmesine olanak sağlamaktadır (Budak ve Budak, 2004: 484). Nitekim, organizasyonların başarısı hedeflerinin ne derecede gerçekleştirildiği ile ilgili olduğundan; amaç ve hedeflerin hayata geçirilebilmesi için gerek organizasyon içinde gerekse organizasyon dışında iyi bir koordinasyona ihtiyaç duyulmaktadır. Bu koordinasyon iyi bir iletişimle sağlanabilir. Örgütler bu iletişim ihtiyacını yönetmel kararlarla mümkün kılarlar. Bu kararların doğru ve uygulanabilir olması, örgütün hedeflerine ulaşması için gereklidir (Keysan, 2018: 8).

3.2. Karar Verme Süreci

Karar verme, belirli bir başlangıç noktası olan ve buradan itibaren farklı iş, faaliyet ya da düşüncelerin birbirini izlediği ve sonunda bir tercihin yapılması ile sonuçlanan bir işler topluluğu ve süreç olarak ele alınmaktadır (Koçel, 2011: 113). Sorunları ve fırsatları belirleme ve sonrasında bunları çözme sürecidir (Sağır, 2006: 9) Bu süreç, gerçek seçimin öncesinde ve sonrasında büyük çaba gerektirmektedir (Daft ve Marcic, 2006: 205). Genel olarak karar verme sürecine Tablo 1’de yer verilmektedir.

Tablo 1. Karar Verme Süreci

	1. Aşama	2. Aşama	3. Aşama	4. Aşama	5. Aşama	
<i>Ve</i>	Amaçl	Amaçl	Alte	Alterna	Seçi	<i>Nİ</i> <i>HAI</i> <i>KARA</i> <i>R</i>
<i>ri</i>	arın	arın ve	rnatifleri	tiflerin	m	
<i>So</i>	belirlenm	sorunların	n	irdelenmesi	şartlarını	
<i>run</i>	esi ya da	irdelenene	tanımlan	ve	n tespit	
<i>Bi</i>	olası	k	ması	değerlendir	edilmesi	
<i>lgi</i>	sorunların	öncelikleri		ilmesi	ve	
<i>G</i>	tespit	n tespit			arasında	
<i>özlem</i>	edilmesi	edilmesi			n seçim	
<i>Uy</i>					yapılmas	
<i>arı</i>					ı	

Kaynak: (Bakan ve Büyükleme, 2008: 31; Koçel, 2011: 113).

Tablo 1’den görüldüğü üzere karar verme süreci, resmi olarak sorunları tanımlama ve çözme süreci ile başlamaktadır. Konu ne olursa olsun karar

vermenin ilk aşamasının amaçların belirlenmesi ya da sorunların tanımlanması olduğu aşikârdır. Amaç, gelecekte ulaşılmak veya gerçekleştirilmek istenen bir durumu, bir büyüklüğü veya bir yeri ifade etmektedir (Birinci, 2021: 254-255). Amaç belirleme, karar verme süreci için kritik öneme sahiptir. Çünkü en alt kademedен en üst kademeye kadar yöneticiler bu amaç doğrultusunda hareket etmektedir. Amaçlar, ölçülebilir, motive edici ve zaman ölçüsüne sahip olmalıdır (Özgen, 1996:216). Amaca ek olarak, örgütün arzu edilen doğrultuda ilerlerken karşılaşılan muhtemel olaylar “sorun” olarak ifade edilmekte ve ortadan kaldırılması gereken bir engeli nitelemektedir. Bu bağlamda, yöneticinin algıladığı problemin ne olduğunu iyi bir şekilde anlaması gerekmektedir. Amaç ve sorunların tanımlanmasında değişkenlerin neler olduğunun tespiti yapılmalıdır (Koçel, 2011: 116-121). Sorun tanımlama aşamasında, performansın tatmin edici olup olmadığını belirlemek ve eksikliklerin nedenini teşhis etmek için çevresel ve organizasyonel koşullar hakkındaki bilgiler izlenerek mevcut durum analizi yapılmaktadır (Daft, 2008: 452).

Amacın belirlenmiş olması veya sorunun tanımlanması yalnızca yeterli bir unsur olmamaktadır. Bu amaç veya sorunların nedenlerinin, özelliklerinin, aciliyetinin ve bu durumların çözülmemesi halinde karşılaşılabilecek durumların, niteliklerinin incelenmesi ve analiz edilmesi ikinci aşamada ortaya çıkmaktadır (Demiral, 2014: 114). Buna ek olarak, belirlenen amacı gerçekleştirecek veya tanımlanan sorunu ortadan kaldıracak alternatif veya seçeneklerin neler olduğunun belirlenmesi önem arz etmektedir. Karar vermenin bu üçüncü aşaması, yeniliğin, yaratıcılığın ve olaylara farklı bakabilmenin ortaya çıktığı, yöneticilerin kendi kişisel farklılıklarını ortaya koydukları safhadır. Kısacası, fikir geliştirme veya farklı düşünme bu aşamada ön plana çıkmaktadır (Koçel, 2011: 124-128).

Dördüncü aşamada, geliştirilen, üretilen ve kayda değer bulunan çözüm, alternatif ve seçeneklerin irdelenmesi söz konusudur. Alternatiflerin irdelenmesi; alınan kararların teknik olarak uygulanabilirliği, başarı olasılığının derecesi, muhtemel sonuçları, organizasyon kültürüne veya yönetim tarzına uygunluğu bakımından kritik bir rol oynamaktadır (Kıral, 2015: 76). Son aşamada ise alternatifler arasından seçim yapılmasını içermekte ve seçilen alternatif, “karar”ı temsil etmektedir. Böylece, organizasyonun kaynaklarının nasıl kullanılacağı, hangi işlerin yapılacağı belirlenmektedir (Koçel, 2011: 129-130).

3.3. Karar Verme Sürecindeki Modeller

Karar verme sürecinde yaygın olarak “Klasik Karar Verme Modeli” ve James March ve Herbert Simon’un “İdari Karar Verme Modeli”nden söz edilmektedir (George ve Jones, 2012: 442). Bu bağlamda, klasik karar verme modeline göre karar verici, gerekli tüm bilgilere sahiptir ve mümkün olan en iyi çözümü veya yanıtı seçeceği varsayılmaktadır (Li, 2008: 152). Klasik karar verme modeli, karar verme faaliyetinin bütünüyle rasyonel ve nesnel bir temele dayandığını öne sürmektedir (Hoy vd., 2012: 300).

Klasik karar verme modeli kuralcı bir modeldir ve bireylerin nasıl karar vermeleri gerektiğini açıklamaktadır (George ve Jones, 2012: 442). Bu modele göre, bir karar verici fırsat ve sorunlara nasıl karşılık verileceğini aşağıda ifade edilen dört adımı izleyerek seçmelidir (Simon, 1997: 291):

- Nihai kararın verileceği tüm alternatif eylem yolları listelenmelidir. Bu alternatifler, soruna veya fırsata farklı yanıtların oluşmasında yardımcı olabilmektedir.
- Her bir alternatifin sonuçları listelenmelidir. Sonuçlar, belirli bir alternatif seçilirse ne olacağını gösteren yargılardır.
- Her bir alternatif için kişisel tercihler ve sonuçlar kümesi göz önüne alındığında, alternatifler, en çok tercih edilenlerden en az tercih edilenlere doğru sıralanmalıdır.
- En çok tercih edilen sonuç kümesiyle sonuçlanacak alternatif seçilmelidir.

March ve Simon (1958)’un “Organizasyonlar” başlıklı kitabında dikkat çektiği idari karar verme modeli ise risk ve belirsizliğin yoğun olduğu zor durumlarda nasıl karar verdiğini açıklamaktadır (Daft ve Marcic, 2006: 205). Bununla birlikte modele göre eksik bilgi, psikolojik ve sosyolojik süreçler ve karar vericinin bilişsel yetenekleri, karar almayı etkilemekte ve karar vericilerin çoğu zaman optimal değil, tatmin edici çözümler seçtiğini öne sürmektedir (George ve Jones, 2012: 443). Kitapta, çalışanların bir araç ve fizyolojik otomat olarak görüldüğü klasik yaklaşımlardan neoklasik yaklaşımlara geçiş süreci anlatılmakta ve insan davranışının duygusal yönleri ve bilişsel süreçleri ele alınmaktadır (Tosi, 2008: 93). Dahası, March ve Simon (1958) çalışanların kararlara katılım sürecinin altında yatan psikolojik etmenlerin, iş tatmininin, artırılmış teşvik olanaklarının işten ayrılma eğilimini ve iş gören devir hızını azaltacağını vurgulamaktadır (Long, 2012: 283).

Bu bilgilerden hareketle, karar verme süreci; olası durumlar, yani alternatifler içerisinde rasyonel bir seçimin tercih edilmesidir. Karar verme sürecine ilişkin

bir model geliştirebilmek için ise sorunun (durumun) algılanması, formüle edilmesi; sorunu etkileyen parametrelerle bağımlı ve bağımsız değişkenlerin belirlenmesi; parametre ve değişkenlerin ölçülebilir olacak şekilde tanımlanması ve parametreler ile değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi gerekmektedir (Koçel, 2011: 133).

4. ÖRGÜT BÜYÜKLÜĞÜ VE KARAR VERME

Bir örgütün büyüklüğü, örgütün faaliyet ortamı içinde ve dışında sahip olduğu ilişki türünün belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bir örgüt ne kadar büyükse, paydaşları üzerindeki etkisi de o kadar fazladır (Ezeoha, 2008: 351). Bu durum ise örgütün kaynak ve yeteneklerinin doğru zamanda doğru kararlar çerçevesinde kullanımını beraberinde getirmektedir (Abdul-Talib vd., 2011: 5).

Örgüt büyüklüğü, kurumsal yönetim ve risk ortamları gibi bazı önemli değişkenlerden etkilenmektedir (Santosa, 2019: 206). Özellikle büyük örgütler, büyük teminat varlıkları ve finansal güce sahip olduğu için risk ortamlarında örgütün yönetsel kararlarının güçlü olması gerekmektedir (Santosa, 2020: 391).

Orser vd. (2000: 43)'ye göre yönetsel karar alma, örgütün büyümesi ve planlaması ile ilişkilidir ve örgüt büyüklüğü, yüksek düzeyde yönetim becerileri, yalın ve sofistike yönetim ile “yenilikçi” yönetim tekniklerinin yatırımlarını içermektedir. Ancak Forbes'te yayınlanan Cloverpop'un 389 işletme üzerinde gerçekleştirdiği yeni araştırmasına göre büyük örgütlerde her ne kadar karar uygulamalarına daha fazla yatırım yapılsa da karar verme etkinliklerinin o ölçüde azaldığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte aynı çalışmada büyük örgütlerin, kararları etkili bir şekilde analiz etmede ve kararların organizasyon hedefleriyle uyumlu olmasını sağlamada iyi olduğu ancak uzun karar döngülerinin, işletmenin hız ve verimliliğini düşürdüğü de bulunmuştur (<https://www.forbes.com>, Erişim Tarihi: 01.12.2022). Bunun başlıca sebebi, her örgüt yapısının aynı olmamasıdır. Örgütler büyüdükçe personel sayısı da artmakta ve böylelikle iş görenler arasındaki uzmanlığa dayalı iş bölümü de farklılaşmaktadır. Bu durum, süreçlerin koordinasyonunu ve denetimini zorlaştırmakta, örgütün hiyerarşik dengesini de bozmaktadır. Bununla birlikte yönetsel kararların derecesini de etkilemektedir.

5. SONUÇ

Bir örgüt, her zaman büyüklüğünü artırmaya çalışmaktadır çünkü örgüt büyüklüğü, bir örgütün kârlılığını belirlemek, performansını artırmak ve pazarda rekabetçi konuma erişebilmek için her zaman önemli bir faktördür (Liu, 2020: 2). Ancak bir örgüt büyüdükçe örgütün karar verme mekanizması değişmektedir.

Örgüt büyüdükçe departmanlaşma ve insan kaynağı artmakta, iş faaliyetleri genişlemekte ve karar verme sürecinde göz önünde bulundurulması gereken birçok etmen ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte örgütün büyümesiyle teminat varlıkları genişlemekte ve dolayısıyla risk kaçınılmaz bir hale gelmektedir.

Büyüyen örgütlerin pazarda güçlü bir konumda olabilmesi için minimum hata ile stratejilerini oluşturmaları gerekmektedir. Nitekim bu stratejileri oluştururken örgütlerin iç ve dış çevresini doğru bir şekilde analiz etmesi önem arz etmektedir. Büyüyen örgütlerin pazarda hangi konumda olduğu, üstünlüklerinin ve zayıf kaldığı noktaların neler olduğu, rakiplerin kimlerden oluştuğu detaylı bir şekilde analiz edilerek bilinmelidir.

Yönetimin özü, karar vermektir. Ancak karar alma mekanizması merkezileştirilip tek bir elden değil, örgüt geneline yayılmalıdır. Örgütler doğru kararlar verebilmek için elindeki maddi ve manevi kaynakları iyi tanımlamalı ve kaynakları ne şekilde ve nasıl kullanacağını iyi bilmelidir. Nitelikli insan kaynağının kritik karar verme pozisyonlarına yerleştirilmesine ek olarak örgüt bünyesindeki tüm insan kaynağının görüşlerine yer verilmelidir. Farklı perspektiften bakabilen ve farklı düşünceye sahip bireylerin görüşleri mutlaka değerlendirmeye alınmalıdır.

Örgüt büyüklüğü, araştırma geliştirme faaliyetlerini de beraberinde getirmektedir. Her ne kadar teknolojik gelişmelere ayrılan yatırımlar olsa da örgüt içerisinde dış çevrenin sürekli takibini yapabilecek, gelişmeleri değerlendirip tepe yönetime bildirecek ve öngörülemeyen olayların bile varlığını kabul ederek proaktif çözümler üretebilecek bir araştırma ve geliştirme ekibinin kurulması gereklilik arz etmektedir.

KAYNAKÇA

1. Abdul-Talib, A. N., Salleh, M. F. M., Shamsuddin, F. M. & Ashari, H. (2011). The effects of firm size and international business experience on export attitudes. *Journal of Competitiveness Studies*, 19(1/2), 4-14.
2. Akten Çürük, S. (2007). İşletmelerde karar verme sürecinin etkinliği bakımından yönetim bilgi sistemlerinin rolü teorik ve uygulamalı bir çalışma (Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi).
3. Aydın, C. (2008). Karar verme süreçlerinde kurumsal bilginin önemi: kültür ve turizm bakanlığında bir uygulama. *Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Kütüphane Başkanlığı*, Ankara
4. Bakan, İ. & Büyükbeşe, Ö. G. T. (2008). Katılımcı karar verme: kararlara katılım konusunda çalışanların düşüncelerine yönelik bir alan çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 29-56.
5. Birinci, M. (2021). Stratejik yönetim ve sosyal hizmet örgütleri açısından önemi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 32(1), 251-273.
6. Budak, G. & Budak, G. (2004). *İşletme yönetimi*. İzmir: Fakülteler Kitapevi Barış Yayınları.
7. Cengiz, R. (2015). *Yöneticilerin ve çalışanların karşılıklı rol algısı: Trabzon ilinde kamu sektöründe bir uygulama* (Yüksek Lisans Tezi, Avrasya Üniversitesi).
8. Daft, R. L. (2008). *Organization theory and design*. USA: Cengage Learning.
9. Daft, R. L. & Marcic, D. (2006). *Understanding management*. USA: Nelson Education.
10. Demiral, S. (2014). Okul yöneticilerinin belirsizlik durumlarına ilişkin algıları ve belirsizlikle başa çıkma yolları (Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi).
11. Eren, E. (2003). *Yönetim ve organizasyon çağdaş ve küresel yaklaşımlar*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
12. Erşahan, E. (2011). İşletmelerde karar alma: Konaklama işletmelerinde bir alan çalışması (Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi).
13. Ezeoha, A. E. (2008). Firm size and corporate financial-leverage choice in a developing economy: Evidence from Nigeria. *The Journal of Risk Finance*, 9(4), 351-364.

- 14.Fors Connolly, F., Johansson Sevä, I. & Gärling, T. (2021). The bigger the better? Business size and small-business owners' subjective well-being. *Journal of Happiness Studies*, 22(3), 1071-1088.
- 15.George, J. M. & Jones, G. R. (2012). *Understanding and managing organizational behavior*. UK: Pearson.
- 16.Han, C. C. (2001). Organizational size, flexibility, and performance: a system dynamics approach. In *Proceedings of the 19th International Conference of the System Dynamic Society* (pp. 23-27).
- 17.Hoy, W.K., Miskel, C.G. & Tarter, C.J. (2012). *Educational administration: theory, research, and practice*. 9th Ed., McGraw-Hill Humanities/Social Sciences/Languages, New York.
- 18.Jones, G. R. (2013). *Organizational theory, design, and change*. UK: Pearson.
- 19.Judge, W. Q. (1994). Correlates of organizational effectiveness: A multilevel analysis of a multidimensional outcome. *Journal of Business Ethics*, 13(1), 1-10.
- 20.Karalar, R. (1975). Yönetisel karar sürecinde ortamlar ve öğeler. *Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi*, 11(1), 11-23.
- 21.Kartikasari, D. & Merianti, M. (2016). The effect of leverage and firm size to profitability of public manufacturing companies in Indonesia. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(2), 409-413.
- 22.Keysan, Ş. (2018). Kişisel özelliklerin karar verme sürecine etkileri: Denizli'de finans sektörü çalışanları üzerinde uygulama (Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi).
- 23.Kıral, E. (2015). Yönetimde karar ve etik karar verme sorunsalı. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 73-89.
- 24.Koçel, T. (2011). *İşletme yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- 25.Lamba, M. (2014). Karar vermeyi etkileyen yapısal faktörler bakımından yönetim ve organizasyon teorilerinin incelenmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(2), 8-18.
- 26.Li, B. (2008). The classical model of decision making has been accepted as not providing an accurate account of how people typically make decisions. *International Journal of Business and management*, 3(6), 151-154.

- 27.Liu, Y. (2020). *Firm size, firm age and firm profitability: Evidence from China* (Doctoral dissertation).
- 28.Long, C. S., Ajagbe, M. A., Nor, K. M. & Suleiman, E. S. (2012). The approaches to increase employees' loyalty: A review on employees' turnover models. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 6(10), 282-291.
- 29.Manojlović, R. (2016). Organizational size as a determining factor of performance and quality measurement: lessons for the croatian local self-government. *Hrvatska i komparativna javna uprava: časopis za teoriju i praksu javne uprave*, 16(2), 237-266.
- 30.March, J. G. & Simon, H. A. (1958). *Organizations*. New York: John Wiley and Sons
- 31.Paşaoğlu, D., Tokgöz, N., Şakar, N., Özler, N. D. & Özalp, İ. (2013). *Yönetim ve organizasyon*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- 32.Olarewaju, A. A. (2012). Strategic decision making: A review of literature. *International Business Management*, 6(4), 552-557.
- 33.Orser, B. J., Hogarth-Scott, S. & Riding, A. L. (2000). Performance, firm size, and management problem solving. *Journal of small business management*, 38(4), 42-58.
- 34.Özen, N. (2019). İşletme stratejileri ve stratejik kararların stratejik yönetimin başarısına etkileri (Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi).
- 35.Özer, M. A. (2012). Örgütsel karar verme ve yönetişim. *Türk İdare Dergisi*, 475, 147-170.
- 36.Özgen, E. (1996). Yönetim psikolojisi ve halkla ilişkiler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (3), 215-231.
- 37.Redondo, Y. P. & Fierro, J. J. C. (2007). Importance of company size in long-term orientation of supply function: an empirical research. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 22(4), 236-248.
- 38.Robins, S. & Coulter, M. (2005). *Management*. USA: Prentice Hall.
- 39.Sağır, C. (2006). Karar verme sürecini etkileyen faktörler ve karar verme sürecinde etğın önemi: Uygulamalı bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi).
- 40.Santosa, P. W. (2019). Financial performance, exchange rate and stock return: evidence from manufacturing sector. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 18(3), 205-217.

- 41.Santosa, P. W. (2020). The moderating role of firm size on financial characteristics and Islamic firm value at Indonesian equity market. *Verslas: Teorija Ir Praktika/Business: Theory and Practice*, 21(1), 391-401.
- 42.Simon, H.A. (1997). Models of bounded rationality: Empirically grounded economic reason. MIT Press.
- 43.Şimşek, H. (2020). *İç kontrol sistemi ve yönetsel karar verme ilişkileri üzerine nitel bir araştırma* (Doktora Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi).
- 44.Theodore, J. D. (2009). Organizational size: A key element in the development of private enterprises in the less developed countries: The case of Ecuador. *International Business & Economics Research Journal*, 8(7), 45-50.
- 45.Tosi, H. L. (2008). James March and Herbert Simon, Organizations. *Theories of organization*, 1(3), 93-102.
- 46.Forbes. Erişim adresi: <https://www.forbes.com/sites/eriklarson/2018/10/23/why-bigger-companies-are-less-decisive-and-what-to-do-about-it/?sh=44e2ba405f94>, Erişim Tarihi: 01.12.2022.

PAZARLAMA ALANINDA YENİ TRENDLER

Dr. Öğr. Üyesi Gazal CENGİZ

Şırnak Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü
ORCID: 0000-0002-3468-3060

GİRİŞ

Geleneksel pazarlama yaklaşımından modern pazarlama yaklaşımına geçişte tarihsel olarak bakıldığında sanayi devriminin ilk yıllarında üretim, ürün ve satış odaklılıktan tüketici odaklılığa geçiş olduğu ve tüketici istek ve beklentilerinin anlaşılması üzerine kurulan pazarlama felsefesinin temele alındığı anlayışın hakimiyeti görülmektedir.

Teknolojik gelişmelerle beraber yaşanan küreselleşmenin gereklilikleri işletmelerin rekabet anlayışlarının da değişmesine sebep olmuştur. Hedef kitlenin ve tercihlerinin, yaşam biçimlerinin değişmesinin yanı sıra her türlü bilgiye ulaşabilen tüketicilerin istek ve beklentilerini karşılamak yeni yaklaşımlarının zorunluluğunu da gündeme getirmiştir. Bilgiye hızlıca ulaşabilen kitleler karşısında işletmeler arasındaki rekabetin de yerelden küresele taşınarak daha geniş alanda çetinleşmesi işletmelerin stratejilerine de yansımıştır.

Bu bölümde, pazarlama anlayışında yaşanan değişimler ve işletmelerin uyguladıkları yeni pazarlama trendlerine yer verilmiştir. Nitekim, uygulamada ve teoride yer verilen tüm trendleri bir bölüme sığdırmak mümkün olmadığından en yaygın dört trende yer verilmiştir: amaca yönelik pazarlama, deneyimsel pazarlama, yeşil pazarlama ve dijital pazarlama.

Pazarlamanın Tarihsel Evrimi

Geleneksel pazarlama anlayışı, sanayi devrimi başlarında arzın talepten düşük olması ve rekabet ortamının pek olmaması sebebiyle üretime odaklı olmuştur. Üretilen her şey satılabilir, ne kadar çok üretilirse o kadar çok satılabilir düşüncesi hakimdir. Sonraları arz ve talep dengesinin talepten yana artışla değişmesi ve rekabet edebilecek üreticilerin artışıyla beraber ürüne odaklı hale gelmiş ve ürünlerin kalitesi rekabet avantajı olarak görülmüştür. Geleneksel pazarlama anlayışının son dönemi olan satış döneminde ise sat, yeter ki sat, nasıl satarsan sat düşüncesi hakimdir.

Modern pazarlama anlayışı ise 1970'li yıllardan günümüze kadar kabul gören pazarlama yönetimi, sosyal pazarlama dönemleri ile 1990'ların başından yine günümüze kadar hâkim olan ilişkisel pazarlama anlayışları dönemlerini kapsayan bakış açısını ifade etmektedir.

İkinci dünya savaşı sonrasında refahın ve satın alma gücünün artmasıyla tüketicilerin kaliteli ürünleri talep etmesiyle onların isteklerinin karşılanması ve memnun edilmeleri gereği işletmeler için elzem olmuştur. Böylece sadece üretim olanaklarına odaklı anlayışın ötesinde pazar odaklılığın da gerekliliği ortaya konulmuştur. 1970'lerde pazarlama ilkelerinin kar amacı güden işletmeler üzerinden yapılan tanımının ötesinde sadece mal ve hizmetlerin değil, fikirlerin de pazarlanabileceği kabulüyle AMA (Amerikan Pazarlama Derneği) 1985

yılında pazarlamanın tanımını “kişisel ve örgütsel amaçların gerçekleştirilmesini sağlayacak mal, hizmet ve fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtılmasına yönelik planlama ve uygulama sürecidir” şeklinde deklere etmiştir (Altuğ, 2018).

Pazarlamanın geçtiği süreçler Pazarlama 1.0, Pazarlama 2.0 ve Pazarlama 3.0 olarak adlandırılan süreçlerden geçmiştir. Pazarlama 1.0 ürün merkezli evreyi, Pazarlama 2.0 günümüz enformasyon çağında ortaya çıkan müşteri yönelimli evreyi, Pazarlama 3.0 ise tüketici tatmini hedefleyen ve bununla beraber toplumsal sorunlarla ilgili çözümler sunan evreyi temsil etmektedir (Kotler, Kartajaya ve Setiawan, 2010).

Tablo 1. Pazarlama 1.0, 2.0 ve 3.0 arasındaki farklar

	Pazarlama 1.0 Ürün merkezli pazarlama	Pazarlama 2.0 Tüketici yönelimli pazarlama	Pazarlama 3.0 Değere dayalı pazarlama
Hedef	Ürünün satılması	Tüketicilerin tatmin edilmesi ve elde tutulması	Dünyayı daha iyi bir yer haline getirme
Destekleyici kuvvetler	Sanayi devrimi	Enformasyon teknolojisi	Yeni dalga teknoloji
Şirketler Pazarı nasıl görür?	Maddi ihtiyaçlara sahip çok sayıda alıcı	Akıl ve duygu sahibi, daha zeki tüketiciler	Akla, kalbe ve ruha sahip bütünsel insan
Temel pazarlama kavramı	Ürün geliştirme	Farklılaştırma	Değerler
Şirket pazarlama ilkeleri	Ürün spesifikasyonu	Şirketi ve ürünü konumlandırma	Şirket misyon, vizyon ve değerleri
Değer önermesi	İşlevsel	İşlevsel ve duygusal	İşlevsel, duygusal ve manevi
Tüketicilerle etkileşim	Bir'den Çok'a işlem	Bir'e bir ilişki	Çok'tan çok'a işbirliği

Kaynak: Kotler, Kartajaya ve Setiawan, 2010.

Pazarlama 3.0 yaklaşımının ilklerinin uygulamada yaygın olmasıyla beraber dijitalleşmenin bir gereği olarak müşterinin değişen yollarına ayak uydurmanın kaçınılmaz oluşu Pazarlama 4.0 kavramını gündeme getirmiştir. Yeni teknolojilerin iş süreçlerinde yarattığı değişimler, e-ticaret, otomatik araçlar, yoğunlaştırılmış online dersler, elektronik kayıt ve kişiselleştirilmiş tıp vb.,

ekonomide birçok sektörün gelişmesine ve değişmesine önayak olmuştur. Diğer taraftan tüketici profilinde de değişimleri, sosyal ağlar, netandaşlar (internet vatandaşları) vb., beraberinde getirmiştir (Kotler, Kartajaya ve Setiawan, 2017).

Tüm bu değişimlerin sebeplerini üç faktörle açıklamak gerekirse; (1) teknolojik gelişmeler ve internetin yaygınlaşması, (2) küreselleşme, (3) tüketicilerin eğitim ve iletişim düzeylerindeki artış olarak sıralanabilir (Alabay, 2010: 216-2017).

Yeni Pazarlama Trendleri

Değişim kaçınılmaz olup insanlık tarihinin en dramatik değişimi üretim ilişkilerinin değişimi olarak görülebilir. Sanayi devriminin başında kitlesel üretimin talep karşılama yetisinin ve rekabetin azlığından kaynaklı benimsenen geleneksel pazarlama anlayışı, teknolojik gelişmelerin ışığında yerini modern pazarlama anlayışına bırakmıştır. Yeni pazarlama anlayışında doğal kaynakların kullanımı, toplumsal sorunlar, tüketicilerin istek ve beklentilerinin yanı sıra duygularına hitap etmek ve dijitalleşmeyle oluşan toplulukların yeni hedef grupları oluşturması pazarlama çabalarında yeni trendleri de beraberinde getirmiştir.

Amaca Yönelik Pazarlama

Amaca yönelik pazarlama, bir işletmenin, toplumsal veya hayırsever bir amacı genellikle ürün ve hizmetleriyle birlikte bir paket veya bağlantı olarak kurguladığı tanıtım faaliyetidir. Amaca yönelik pazarlama, geniş bir izleyici kitlesine bir kuruluşun sosyal sorumluluğunun toplum için belirli faydalara nasıl dönüştüğünü gösteren bir iletişim aracıdır. Amaca yönelik pazarlama genellikle bir promosyon kampanyası şeklinde ve bir hayır kurumuyla -belirli bir toplumsal amaç peşinde koşan kâr amacı gütmeyen kuruluş- iş birliği içinde düzenlenir (Beise-Zee, 2013).

Amaca yönelik pazarlama, değerli amaçları desteklemek için pazarlama parasını, tekniklerini ve stratejilerini kullanmakla ilgilidir. Business in the Community tarafından "karşılıklı yarar için bir imaj, ürün veya hizmet pazarlamak için işletmelerin ve hayır kurumlarının veya davaların birbirleriyle ortaklık kurduğu ticari bir faaliyet" olarak tanımlanmıştır. Bir şirket imajını, ürününü ve hizmetlerini iyi bir amaç doğrultusunda tanıtarak, şirket için para toplamaktadır (Adkins, 1999). Bu pazarlama uygulamasında tüketiciler ürün ve hizmet sunumunda aktif rol alırken elde edilen gelirin bir kısmı ya da tamamı iş birliği yapılan hayır kurumuna bağışlanır (Odabaşı ve Oyman, 2022).

İşletmeler itibarını arttırırken, değerlerini sergileyerek, tüketici sadakatini ve kendi ürün ve hizmetlerini satın almasını sağlar.

Deneyimsel Pazarlama

Yeni ürünlerin üretiminde tüketiciyi sürece dahil etme onların marka ve ürünle bağ kurmasını sağlamaktadır (Ergan, 2018). Deneyim pazarlaması, temelinde hazır tüketim olan ve deneyim ekonomisi kavramından evrilen bir kavramdır.

Hedonik tüketim, tüketici davranışının, kişinin ürünlerle ilgili deneyiminin çoklu-duyusal, fantezi ve duygusal yönleriyle ilgili yönlerini belirtir. Tarihsel bir sekansı tekrar oynatmak yerine, tüketici hayali bir sekans oluşturur. Görülen renkler ve şekiller, duyulan sesler, hissedilen dokunuşlar aslında hiçbir zaman gerçekleşmemiş, ilk kez bu özel konfigürasyonda bir araya getirilmiş ve zihinsel fenomenler olarak deneyimlenmiştir (Hirschman ve Holbrook, 1982). Deneyim ekonomisinde deneyim kavramı mal ve hizmetlerden ayrı yeni bir ekonomik sunu türü olarak tanımlanmaktadır. Kahve üzerinden verilen örnekle kahvenin meta, mal ve hizmet olarak artarak değişen fiyatları deneyim haline gelen kahve için ise dramatik bir artış göstermektedir. Kahve çekirdeği satan şirketler kilo başına 1,50 dolar yani fincan başına 1-2 sent alırken paketlenen ve mala dönüşen kahve için müşteriler 5-25 sent öderler. Herhangi bir restoranda bir fincan için 50 sent ila 1 dolar arasında ödeme yapılır. Aynı kahve beş yıldızlı bir restoranda 2-5 dolara sunulur. Venedik tatiline giden bir çift harika bir manzara eşliğinde bu kahveye 15 dolar ödemenin değiştiğini söylemişlerdir. (Pine ve Gilmore, 2012). Böylece ödenen “fahiş” ücret sadece kahve değil o kahve ile beraber gelen deneyime ödenmiş olur ve deneyim ekonominin dördüncü bir unsuru olarak tanımlanır.

Sunulan deneyimlerin alınabilmesi için müşterilerin o fiyata değer olacağına inanacağı şekilde tasarlanmaları gerekir. Mal ve hizmetler kadar deneyimlerin de tasarımı önemlidir. Deneyimlerin tasarlanmasında iki boyutun göz önünde bulundurulması gerekir: müşteri katılımı ve müşterileri olay veya performansla birleştiren bağlantıyı veya çevresel ilişki. Müşteriler bazı deneyimler sırasında pasif katılımcı bazılarında ise aktif katılımcı olarak rol alabilirler. Pasif katılımcı rolündeyken dahi müşterilerin ortamda bulunmaları, başkalarının deneyimlediği görsel veya işitsel olaya katkıları muhakkak ki olur. İkinci boyutta bahsi geçen olay veya performansla birleşen bağlantı ve çevre müşterilerin etrafını saran diğer insanlar, görüntüler, sesler ve kokular etkili olur (Pine ve Gilmore, 1998). Müşterileri değerli hissettirecek olumlu duyguların oluşturulacağı deneyimler yaratmak sunulan ürün ve hizmetlerden yararlanma isteklerinde de olumlu etkiler yaratacaktır. Bu da işletmeler için rekabet avantajı sağlayacaktır.

Yeşil Pazarlama

İklim değişikliği ve çevresel sorunların artmasıyla beraber kamuoyu endişesinin tüketim biçimlerine yansısıyla işletmelerin çevre dostu ürünler geliştirmesini elzem kılmıştır. Bu durum bilinçli ve çevreye duyarlı tüketicilerin beklentileriyle zorunluluk haline gelirken işletmeler için ise fırsat olarak görülebilmektedir.

1960'larda ve 70'lerin başında gelişen toplumsal olaylarla beraber ve Rachel Carson'ın Silent Spring ve Club of Rome's Limits to Growth gibi kitaplarında ifade edilen sosyal ve çevresel kaygılar; sonsuz, kontrolsüz genişlemenin nihayetinde hepimizin bağlı olduğu doğal kaynakları ve sistemleri tüketeceği sonlu bir dünyada yaşadığımız gerçeğine dikkat çekmiştir. Bu kaygıların bir sonucu olarak 1976 yılında Henion ve Kinnear (1976) tarafından ekolojik pazarlama kavramını çevresel sorunlar yaratmış fakat bu sorunlara çare sağlamaya hizmet edecek tüm pazarlama çabaları olarak tanımlamışlardır (Peattie, 2001). Bu tanımdan anlaşılabacağı üzere, pazarlama çabalarının tüketime ve tükettirmeye odaklı olduğu düşüncesiyle, oluşan çevresel sorunların sorumlusu ya da sorumlularından biri olarak görülmektedir.

Warner (1996), yeşil pazarlama yaklaşımının dört aşaması olduğunu söylemektedir (Erbaşlar, 2012).

1. Yeşil ürünlerin tasarımı
2. Yeşil stratejilerin oluşturulması
3. Yeşil olarak nitelendirilmeyen ürünlerin üretiminin durdurulması
4. İşletmenin yeşil bilince ulaşması ve sosyal sorumluluk olarak görmesi

Yeşil tüketiciler ise ürünlerin bazı özelliklerinden kaçınan kişiler olarak tanımlanmaktadır. Bu özellikler şöyle sıralanmaktadır (Peattie, 2001):

1. Tüketicilerin veya başkalarının sağlığını tehlikeye atan
2. Üretim, kullanım veya imha sırasında çevreye önemli ölçüde zarar veren
3. Orantısız olarak büyük miktarlarda kaynak tüketmeye sebep olan
4. Aşırı paketleme, fazla özellikler nedeniyle gereksiz israfa neden olan veya aşırı derecede kısa kullanım ömürlü
5. Nesli tükenmekte olan türlerden veya ortamlardan elde edilen malzemelerin kullanılması
6. Hayvanlara zulüm içeren (hayvanlar üzerindeki deneyler vb.)
7. Diğer ülkeleri olumsuz etkileyen (sömürgecilik, doğa tahribi vb.)

Dijital Pazarlama

Dijital teknolojik gelişmeler beraberinde yeni sektörlerin-, e-ticaret, otomatik araçlar, online dersler, dijital sağlık hizmetleri, dijital üç boyutlu yazıcılar vb.- gelişmesini getirmiştir. Sadece perakendecilik değil sinema sektöründe n müzik sektörüne dijitalleşme yeni tüketim biçimlerini ya yaratmıştır. Böylece geleneksel birçok iş yapış biçiminin kökten değişimine sebep olmuştur (Kotler et al., 2017).

Dijital pazarlama kavramı kısaca dijital pazarlama, bir tür bilgisayar kullanan elektronik cihazlar aracılığıyla yürütülen herhangi bir pazarlama yöntemini ifade eder (AMA, t.y.). Bu yönüyle dijital pazarlama, pazarlamanın geleneksel yaklaşımla işlevlerinin dijital adaptasyonu olarak da tanımlanabilir. Yalnız, kapsamı çok geniş olarak değerlendirilmelidir.

Dijital pazarlamayı yürütmek için aşağıdakiler de dahil olmak üzere birkaç yaygın yöntem vardır (AMA, t.y.):

Arama Motoru Optimizasyonu (SEO): Arama motorlarındaki sıralamalarda ön sıralarda yer alma çalışmalarıdır.

Arama Motoru Pazarlaması (SEM): Genellikle SEO ile birlikte kullanılarak web sitelerinin görünürlüğünün artırılması hedeflenir. Ücretli reklamlardan faydalanılır.

Tıklama Başına Ödeme (PPC): Bir işletmenin reklamları için tıkladığında ödeme yaptığı çevrimiçi bir reklamcılık yöntemidir.

Sosyal Medya Pazarlaması (SMM): Sosyal medya kanalları kullanılarak ürünlerin veya hizmetlerin tanıtımı sağlanır. Genellikle sosyal medya etkileyicilerinin (influencer) kullanımı söz konusudur.

E-posta Pazarlaması: Potansiyel müşterilere e-posta aracılığıyla ürün ve promosyonların iletilmesidir. Bu amaçla, otomatik haber bültenleri kullanımı yaygındır.

Bağlı Kuruluş Pazarlaması: Ortak bir ağ içinde gelir paylaşımı ve satış başına ödeme sağlayan, performansa dayalı bir uygulamadır.

İçerik Pazarlaması: Metin, video veya ses materyallerin müşterilere ulaştırılması, yayılması çabalarıdır. Bloglar, videolar ve podcast'ler, içerik pazarlamasında kullanılan yayın yöntemlerdendir.

Enformasyon teknolojilerin günlük yaşamda yarattığı sanal ortamlarla beraber işletmelerin geleneksel olarak pazarlama çabalarına segmentasyon ile başlamalarının gereğinde değişiklikler yaratmıştır. Segmentasyon, hedef kitle belirlemek için çeşitli kriterler kullanarak -coğrafi, demografik, psikografik, davranışsal- homojen gruplar oluşturma çabası olarak tanımlanabilir. Dijital ekonomide oluşan topluluklar ise segmentleri oluşturur ve bu oluşum doğal olarak müşteriler tarafından oluşturulmuş olur. Geleneksel olarak oluşturulan segmentlerle pazarlama iletişimde segmentleri oluşturan müşterilerin rızaları

aranmazken sanal olarak kendiliğinden oluşan segmentlerde yer alan müşterilerin rızası ve isteği olmadan pazarlama iletişimi çabaları kurulamamaktadır (Kotler et al., 2017). Enformasyon teknolojilerinin her türlü bilgiye ulaşma kolaylığı sağlamasıyla beraber kendiliğinden oluşan sanal topluluklar hangi bilginin kendilerine iletilebileceğini denetleme ve seçme gücüne sahiptirler. Bu yönleriyle, dijital pazarlama, geleneksel pazarlamaya göre daha hesap verebilir bir doğaya sahiptir.

Sonuç

Yeni teknolojilerin kullanımı işletmelerin iş yapış biçimlerine yansırken tüketici profiline daha bilinçli, talepkâr ve katılımcı olarak değişmesiyle de yeni pazarlama uygulamalarını ve trendlerini elzem kılmıştır.

Teknoloji insanların kendisini ifade etmesini kolaylaştıran cep telefonları, bilgisayar, internet kullanımıyla üretim ilişkilerinde daha katılımcı olmalarını sağlamıştır. Pazarlama çabalarının tüketicilerin aklına, kalbine ve ruhuna hitap etmesi gerekli olmuştur (Kotler, et al., 2010). Belli bir toplumsal olayı destekleyen amaca yönelik pazarlama, hedonik tüketimi odak alan ve kişilerin ürünle ilgili çoklu-duygusal deneyimlerle hafızasında bıraktığı duyguyla yer edinen deneyimsel pazarlama, ekolojik kaygıların arttığı bir dünyada sürdürülebilir çözüm önerileriyle geliştirilen ürünleri sunan yeşil pazarlama ve dijital teknolojilerin oluşturduğu yeni tip hedef kitlelere ulaşmayı amaçlayan dijital pazarlama trendlerinden birini veya birkaçını bir arada kullanmak kaçınılmaz olmuştur.

Kaynaklar

1. Adkins, S. (1999). *Cause-related marketing: Who cares wins*, Boston, MA: Butterworth-Heinemann.
2. Albay, Y. N. (2010). Geleneksel Pazarlamadan Yeni Pazarlama Yaklaşımlarına Geçiş Süreci. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (2), 213-235.
3. Altuğ, N. (2018). Pazarlama Tanımı ve Pazarlama Karmasındaki Gelişmeler, N. Altuğ ve Ş. Özhan içinde, *Pazarlamada Güncel Gelişmeler* (s.1-19), Ankara: Nobel.
4. AMA (t.y.). What is Digital Marketing?
<https://www.ama.org/pages/what-is-digital-marketing/> Erişim Tarihi: 18.11.2022.
5. Beise-Zee, Rian (2013). Cause-Related Marketing. S. O. Idowu içinde, *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility* (s. 321-326), Berlin: Springer.
6. Erbaşlar, G. (2012). Yeşil Pazarlama. *Mesleki Bilimler Dergisi*, 1(2), 94-101.
7. Ergan, S. (2018). Deneyimsel Pazarlama, N. Altuğ ve Ş. Özhan içinde, *Pazarlamada Güncel Gelişmeler* (s.231-260), Ankara: Nobel.
8. Hirschman, E. C., ve Holbrook, M. B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92-101.
9. Kotler, P., Kartajaya, H. ve Setiawan, I. (2010). *Pazarlama 3.0*, İstanbul: Optimist.
10. Kotler, P., Kartajaya, H. ve Setiawan, I. (2017). *Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş*, İstanbul: Optimist.
11. Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2002). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*, İstanbul: MediaCat.
12. Peattie, K. (2001). Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing. *The Marketing Review*, 2 (2), 129-146.
13. Pine, B. J. ve Gilmore, J.H. (2012). *Deneyim Ekonomisi*. (L. Cinemre, çev.), İstanbul: Optimist.
14. Pine, J., Gilmore, J.H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 97-105.

OKUL YÖNETİMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Doç. Dr. Gönül ŞENER

Munzur Üniversitesi, <https://orcid.org/0000-0003-3212-7703>

Günümüz bilgi çağında, bireylerin ve toplumların yapısında çok boyutlu bir dönüşüm yaşanmaktadır. Yirmi birinci yüzyıl özellikle değişim çağının sihirli sözcüğü haline gelmiştir. Değişimin yarattığı yenilikler bütün alanlarda olduğu gibi eğitimi de büyük ölçüde etkilemiştir. Geçmişte eğitim sisteminde üç temel öğretim aracı; ders kitabı kara tahta ve öğretmen dikkat çekmekteydi. Bu dönemde yazılı materyaller eğitimde baskın öğrenme araçlarıydı. Ancak günümüz dijital dünyasında eğitim sistemleri, öğrencilere bilgi ve becerileri öğretmek için dijital teknolojileri kullanma zorunluluğu ile karşı karşıya kalmıştır. Bilginin kaynağı el değiştirmiş, bireylerin bilgiye erişim için basılı kaynak kullanımı azalmış, öğretme-öğrenme faaliyetleri geleneksel yaklaşımlardan farklılaşmaya başlamıştır (Bozkurt, 2015). Yaşanan gelişmeler ve yenilikler bilgiye erişimde zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldırmıştır



(Napate, Maity ve Baheti, 2020).

Dijital dönüşüm aslında teknoloji, yönetim, bilgi sistemleri ve işgören gibi bileşenlerinin evrimini zorlayarak tüm organizasyon alanlarını etkilemiştir. Bu dönüşüm yeni teknolojilere, sosyal ağlara, büyük veriye ve nesnelerin internetine dayanmaktadır. Bilgisayar bilimi, mühendislik, işletme ve sosyal bilimler de dahil olmak üzere hemen hemen tüm endüstriler bu değişimi bünyesine katmıştır. Dijital dönüşüm, büyüklükleri ve faaliyet sektörleri ne olursa olsun tüm alanlar için gerekli hale gelmiştir.

Dijital dönüşüm, teknoloji ve verilerden yararlanarak müşteri ihtiyaçlarının daha iyi karşılanması için kuruluşun temel işleyişini dönüştürmek anlamına gelir.

Eğitimde, hedef müşteri genellikle öğrencilerdir. Eğitim sektörü daha rekabetçi hale geldikçe, bu yeni dijital dünya eğitimcilerin dijital teknolojileri, metodolojileri ve zihniyetleri benimsemesini gerektirdiğinden dijital dönüşüm artık gerekli bir hayatta kalma aracı haline gelmiştir. Bu kapsamda tam ve sürdürülebilir bir dijital dönüşümün nasıl gerçekleşebileceğini anlamak için bir kurumun karşılaşılabileceği olası zorlukları veya engelleri incelemek önemlidir (Napate, Maity & Baheti, 2020). Dijitalleşme süreci, başta örgütsel değişim ve dönüşümcü liderlik olmak üzere birçok örgütsel yapıyı etkilemektedir (Bratianu & Anagnoste, 2011). Dönüşümün bir sonucu olarak yeni iş modelleri de dahil olmak üzere yeni ürünler, süreçler, dağıtım kanalları ve tedarik zincirleri ortaya çıkmıştır (Farias-Gaytán, Aguaded & Ramírez-Montoya, 2022).

Eğitim sisteminin klasik paradigmasının aksine, işgücü piyasasında, eğitim sistemindeki değişikliklerin gelişini yavaş yavaş koşullandıran yeni akımlar ortaya çıkmıştır. Daha talepkar iş piyasası, mevcut yetkinliklerin iyileştirilmesini ve aynı zamanda yenilerinin kazanılmasını beklemektedir. Dijital yetkinlik, kendisini kaçınılmaz modern yetkinliklerden biri olarak kabul ettirmiştir. Günümüz öğrencilerini etkileyen değişimlere uygun olarak öğretmenler de değişmektedir, bu noktadan hareketle onların öğrenme ve öğretme becerilerini yeni nesil öğrencilere uyarlamaları gerekmektedir. Avrupa Birliği, bilgi toplumunun ve dünya pazarının gelişiminin zorluklarına başarılı bir şekilde yanıt verebilmek için dijital yeterlilikleri, yaşam boyu öğrenme için sekiz temel yeterlilikten biri olarak kabul etmiştir (EUROPE, 2013). Dijital yeterlilikler, Avrupa 2020 stratejisinde temel yeterliliklerden biri olarak kabul edilmiştir (EUROPE, 2020). Günümüzde var olan ve klasik öğretim sürecini etkileyen değişiklikler, okulun örgün bir eğitim sistemi olarak dönüşümünü yönetmek ve yönlendirmek yoluyla gerçekleşmektedir. Ayrıca eğitim kurumlarının bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmaya hazır olup olmadıklarını, yeteneklerini değerlendirmeleri, organizasyon ve iş modellerini buna göre ayarlamaları gerektiğini vurgulamaktadır. Eğitim sistemi, küreselleşme ve bireyselleşme ve sürekli yenilik sürecinde toplumun gelişmesinde kilit bir unsurdur. Sistem değişiklikleri, analiz, planlama ve uygulama süreçleri aracılığıyla iyi bir hazırlık gerektiren yeni bilgi, beceri ve yetenekler edinme konusundaki durdurulamaz ihtiyaç haline gelmiştir.

Eğitimde dijital dönüşüm, 21. yüzyılın bir gerekliliğidir. İlkokuldan yüksek öğretime kadar, öğrenme sistemimizin her seviyesi teknolojiye etkilenmektedir. Hızla gelişen teknoloji, günümüzde bilginin verilme ve özümseme şeklini değiştirmiştir. Artan dijitalleşme, okullarda daha hızlı bilgi paylaşımını sağlayan yeni iletişim araçlarının yolunu açmıştır. Bunlara ilaveten eğitim ve beceri

geliştirmede öğrenme modelleri yeniden tanımlanmıştır (Napate, Maity & Baheti, 2020).



İnovasyon ve dijital dönüşüm trendlerinin hızlı yükselişi, yaşama, çalışma ve öğrenme şeklimizde aksamalara neden olmaya başlamıştır. Başarılı bir dönüşümü sağlamak için gerekli yetkinlikleri geliştirmeye yönelik öğrenme ihtiyaçları nedeniyle eğitim ve öğretim bu dönüşüm sürecinin ön saflarında yer almaktadır. Eğitimciler ve eğitim uzmanları, açık ve uzaktan öğrenmenin potansiyelinin daha fazla farkına vardıkça, yıkıcı

teknolojiler veya dijital dönüşüm sağlayan teknolojiler gibi yeni teknolojilerin sunduğu fırsatların gerçekçi bir şekilde incelenmesi eğitim planlamaları için elzemdir. Önümüzdeki yıllarda dijital dönüşüme ayak uyduramayan eğitim kurumlarının geride kalacağı aşikardır.

Günümüzde bilgi edinmenin yanı sıra bilgi üretmenin de büyük önemi vardır. Görünen o ki, bireyin, kurumun ya da toplumun başarısı, bilgiyi üretme ve kullanma faaliyetine bağlıdır. Bilginin kullanımının ve üretiminin artması toplumları zorunlu bir dönüşüme zorlamaktadır. Zira tarihin en önemli olaylarından biri toplumu dönüştürme potansiyeline sahip olan sanayi devrimi olmuştur (Balyer & Öz, 2018).

Eğitimin dijitalleşmesi, küresel eğitim ortamının reformu ve modernizasyonu açısından güçlü bir trend haline gelmiştir (Yehya, 2021). Bu kapsamda eğitim ve öğretimde dijital teknolojilerin ve öğrenme kaynaklarının verimli kullanımı, her zamankinden daha önemli bir faktör olarak görülmektedir. Dijital teknolojilerin ve kaynakların rolü, öğrenme ve öğretme süreçlerini iyileştirmek ve daha fazla değer katmaktır. Bu amaçla, öğretmenler ve öğrenciler giderek artan sayıda dijital teknolojiye ve kaynağa erişebilir ve öğretme ve öğrenme uygulamalarını geliştirmek için işbirlikçi platformları kullanabilirler. Bununla birlikte, teknolojileri ve dijital kaynakları örgün eğitime dahil etmenin bariz faydaları göz ardı edilemez. Avrupa Birliği üye ülkelerinde, dijital teknolojileri ve kaynakları eğitime entegre etmek için çok sayıda ulusal politika girişimi uygulanmaktadır (Bejinaru, 2019).

Okullardaki eğitimin kalitesini artırmak ve öğrencileri yirmi birinci yüzyıl ihtiyaçlarına hazırlamak için öğrenme ortamının eğitimi algılama biçimini değiştirmek gerekir. Son yıllarda birçok deneysel çalışma, dijital teknolojilerin etkili öğrenme üzerindeki olumlu etkisinden söz etmektedir (Niculescu, 2019). Tüm sınıf düzeylerinden eğitimciler, öğrencilerin eğitiminin hayati bir unsuru ve öğrencilerin öğrenme ve deneyimleme biçimlerinde bir dönüştürücü olarak teknolojinin faydalarını fark etmeye başlamıştır (Yehya, 2019). Özet olarak eğitimde kalitenin sağlanabilmesi için ileri teknolojilerin ortaya çıkması ve küreselleşme nedeniyle eğitim sistemlerinin eğitimde dijitalleşmeye doğru önemli ölçüde ilerlemesi gerekmektedir.

Kalite kavramının, öğrenme ve öğretme uygulamalarını geliştirmek için



kilometre taşı haline geldiği bu zamanda dönüşüm gündeme alınması gereken etkin bir konudur. Dünya genelinde eğitim kurumları, dijitalleşmenin artan etkisi ve öğrencilerden, öğretmenlerden ve eğitim kurumlarından beklentileri çok yönlü değişimlere neden olmaya başlamıştır. Bu nedenle eğitim sistemlerinin yeniden düşünülmesi, eğitimin amacı, öğretmenin ve öğrencilerin rolünün yeniden belirlenmesi gerekmektedir.



Eğitimde bilgi ve iletişim teknolojilerinin çok hızlı gelişmesi ve artan önemi nedeniyle dijital olgunluk kavramı okullarda giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Eğitim kurumlarında BİT kullanımı bireyin hevesine değil, okul, eğitim yöneticileri, bakanlık ve diğer ilgili kurumlar tarafından planlanması ve uygulanması gereken sistematik bir yaklaşıma bağlı olmalıdır. Bu nedenle bilgi ve iletişim teknolojilerinin entegrasyonu ve kullanımında ilerlemenin planlanabilmesi için okulların dijital olgunluğuna katkı sağlayan temel alanlar ve unsurlar belirlenmelidir (Ređep, Balaban, Čalopa, Źugec, 2017). Okulların dijital olgunluk düzeyini artırmak, yeni teknolojilerin ve öğretim yaklaşımlarının benimsenmesinde, örgütsel ve idari yapının güçlendirilmesi, çalışan geliştirme çalışmalarının planlaması konusunda yönetici olarak okul müdürleri kilit role sahiptir. Okulların dijital dönüşümünün başarılı bir şekilde planlanması, yönetimi ve liderliğinden bahsedebilmek için tüm sisteme genel bakışa sahip olmak, böylece tüm kararların kesin ve doğrulanmış verilere dayanması gerekmektedir. Bütün bunlar, okullarda stratejik liderlik, bilgi ve iletişim yeniliğini içermektedir. Okul yönetiminin kalitesinin artırılması, müdürler için yeterlik standartlarının geliştirilmesini ve eğitiminin kurumsallaşmasını gerektirmektedir. Yapılan çalışmalar okul yöneticilerinin bilgi, beceri ve yeteneklerinin okulların dijital dönüşümünü önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir (Luić, Švelec-Jurić, Lasić Lazić & Šantalab, 2020).



Toplumsal ve kültürel değerler, kültürü oluştururken kurumlar üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Kurumların gelişiminin kilit noktası, kurumlardaki bireyler için hayati bilgiler sağlamak ve bunu görünür bir şekilde temsil etmektir. Bu da özellikle eğitim kurumlarında kültürel yapıların kalite standartlarında olmasını sağlamaktadır. Dijital kültür, yeni elektronik teknoloji kullanımının bir sonucu olarak kültürel verileri ve bilgisayarlarla iletişim sağlamak için interneti kullanarak en son bilgi teknolojisini elde edebilenler ve kolayca bilgi elde edebilenler arasında ortaya çıkan uçurumu ifade etmektedir (Pavel, 2010). Dijital kültürle, öğrenci deneyimlerinin genişlediği, öğrenci dünyasına yeni bir bilgi ansiklopedisi eklemesine katkıda bulunduğu, böylece coğrafi ve zamansal sınırların diğer toplumların kültürüne doğru genişlediği söylenebilir.

Mevcut eğitim sistemi, kurumsal toplumu etkileyen önceki sanayi devrimlerinin neden olduğu sosyal ve ekonomik dönüşümlerden güçlü bir şekilde etkilenmiştir. Küresel eğitim pazarındaki rekabet, tüm kurumlar için zorlu bir hayatta kalma çabasına dönüşmüştür. Bu nedenle geleneksel değerlerin aktarımına ek olarak, yeni BT araçları ve teknolojileri uygulanmalıdır. Özellikle Yükseköğretimde dijital dönüşüm, yeni iş modelleri oluşturmak, eğitim sürecinde yeni araştırma yöntemleri ve yenilikleri keşfetmek, sınıfların ve öğrenme laboratuvarlarının ötesine geçmek ve sonuç olarak yüksek bir öğrenci bilgisi standardı elde etme şansı için eşsiz bir fırsat olarak görülmektedir. Yükseköğretim sisteminin dijital dönüşümünde ana kurumsal yapının dönüşümü ile öğrenci ve öğretim üyelerinin davranış değişikliği bu süreçte çok fazla ağırlık taşımaktadır. Bu aşamada, kişiselleştirilmiş öğrenme önem kazanmaktadır: bir

profesör bir bilgi kaynağı değil, akıllı hocası ve yönlendirici rolünü üstlenmekte, bir öğrenci bir meslektaş olarak hareket etmektedir (Mamaeva vd., 2020).

Okulda Dijital Dönüşümü Yönetmek

Bugün eğitim sistemleri ve okullar, kalite standartlarında olmak için katılımcı yönetim anlayışına doğru adım atmanın temelini oluşturmaktadır. Okul yönetimlerinin tüm bileşenlerinin ve paydaşlarının görüş ve değerlendirmeleri dikkate alınarak alınan tüm kararlar ve faaliyetler, mevcut sürdürülebilirlik anlayışının devamlılığını sağlamaktadır (Hammad, 2009). Eğitimde kalite odaklı eylem performansı oluşturmak için yönetim süreçlerinin uygulanması aşamasında katılım ve işbirliğinin işlevsel olması gerekmektedir (Austin ve Ciaassen, 2008).

Eğitimciler, okullar ve politika yapıcılar, okullardaki geleneksel öğretme/öğrenme deneyimlerini geliştirmek için gelişen teknolojiler aracılığıyla yeni fırsatlar yaratmalıdır. Bu kapsamda oluşturulabilecek öğrenci temelli bir dijital dönüşüm, aşağıdaki öğeleri içermelidir (Clark, 2018):

- √ Veriye dayalı karar sürecinin bir parçası olarak sosyal medyayı ve yazılı mesajlaşmayı kullanarak öğrencileri dijital sürece dahil etmek,
- √ Öğrencilerin cep telefonları aracılığıyla bulut tabanlı öğrenci bilgi sistemlerine kaydolmalarını sağlamak,



✓ Öğrencilerin akademik kariyerlerinin önemli noktalarında seçebilecekleri yeterli kursa sahip olmaları için çeşitli çevrimiçi öğrenme seçenekleri sunmak,

✓ Dersleri ters çevrilmiş ve harmanlanmış modellere dönüştürmek için fakülte ve programlarla birlikte çalışmak,

✓ Öğrenci ilerlemesini ve başarı ölçütlerini izlemek ve müdahale protokollerini yürütmek için teknolojiyi kullanmak; ve kariyer fırsatlarını geliştirmek için dijital rozetler ve sertifikalar sağlamak için sektörle ortaklık kurmak.

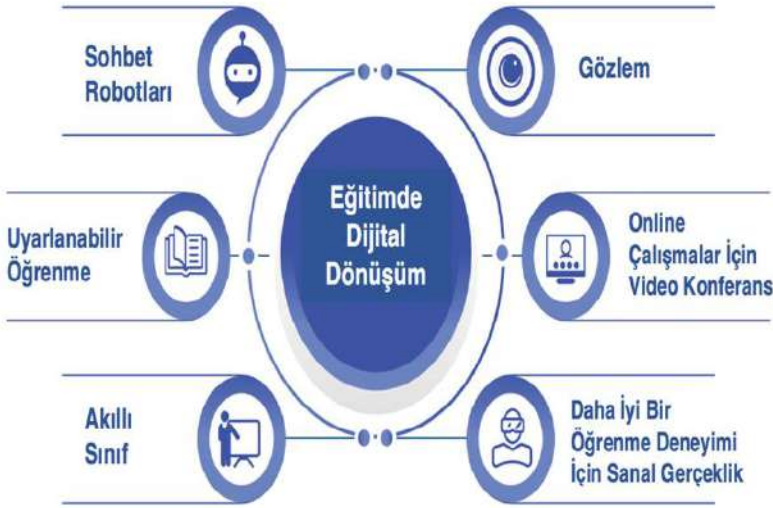
Dijital teknolojinin kullanımındaki kritik boşluklar aşağıda sıralanmıştır (Yigezu, 2021):

✓ Sürekli mesleki gelişim yoluyla hizmet içinde öğretmenlerin dijital ve pedagojik becerilerdeki kapasitesini geliştirmek,

✓ Dijital teknolojinin kullanımını artırmak için öğretmen eğitiminde reform yapmak,

✓ Öğretmenlerin program ve politika tasarımına katılımı yoluyla sosyal diyalogu teşvik etmek,

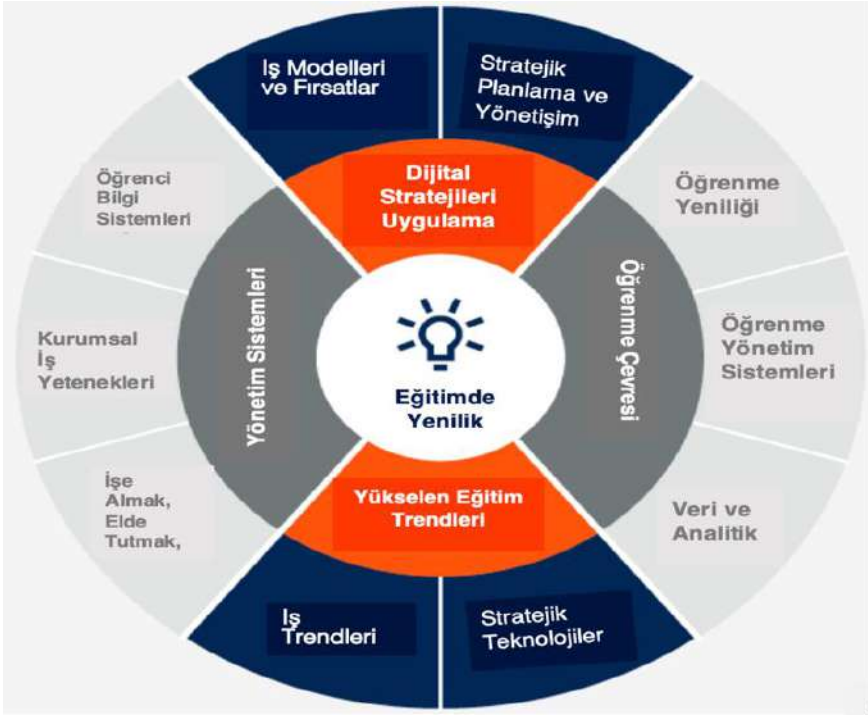
✓ Bu girişimleri gerçekleştirmek için finansman destek sağlamak.



LeewayHertz, <https://www.leewayhertz.com/digital-transformation-in-education/>

Teknolojinin kendisi genellikle değişimi yönlendirirken, yöneticiler teknolojinin kurumun operasyon modelini, iş modelini ve nihayetinde eğitim ekosistemini nasıl etkilediğini söyleyebilmelidir. Eğitimin evrimi, yeni ve gelişen iş yapma biçimlerini desteklemek için idari ve eğitim teknolojilerinde bir

değişimi gerektirmektedir. Bu kapsamda yukarıda önerilen model eğitimde dijital dönüşümün kaçınılmaz parçalarını bir araya getirmeyi hedeflemektedir.



Eğitimde dijital dönüşüm ve yenilik (Gartner, 2020)

Eğitim kurumları, yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde eğitim ve öğretim sistemlerinin yönetiminde verimliliği artırmak, işbirliği sağlamak, maliyet ve hataları azaltmak için önemli bir süreç olan dijital dönüşümün aciliyeti ve kullanılmayan potansiyelinin giderek daha fazla farkına varmaya başlamıştır (Saracco, 2019). Gartner'ın 2018 raporunda (Panetta, 2017), yeni nesil dijital iş modellerinin temeli olacak bir ekosistem içerisinde insanların, cihazların, içeriğin ve hizmetlerin iç içe geçmesini tasvir etmek için akıllı dijital ağ kavramını kullanmış en iyi iş teknolojisi trendleri hakkında tahminlerde bulunmuştur. Bu tasvire ilişkin oluşturduğu kavramların açıklamaları aşağıda ele alınmıştır:

- √ Akıllı: Yapay zekanın her teknolojiye nasıl sızdığını ve daha dinamik, esnek ve özerk sistemlerin kökü haline geldiğini ifade eder.
- √ Dijital: Her şeyin ve kavramların profillerinin genellikle bir şekilde bağlantılı olduğu, dijital olarak geliştirilmiş, sürükleyici bir ortam yaratmak için bir varlığın gerçek ve sanal yaşamını birbirine karıştırır.
- √ Ağ: Herhangi bir dijital temsil sunabilen hizmetler, insanlar, iş ve cihazlar arasındaki her türlü bağlantıyı ifade eder.

Eğitim, yeni teknolojilerin yarattığı potansiyelin kullanılmasında çoğu zaman iş dünyasının ardından gelmektedir. İş dünyasındaki teknoloji trendlerinde eğitim üzerinde olumlu etkisi olan birkaç önemli nokta vardır (Chang, Reisman & Tovar, 2017). Sanal sınıfların yükselişte olduğu öğrenme uygulamalarının ve işbirlikçi öğrenme ve öğretme becerilerinin sürekli güncellenmesi, eğitim sisteminin ihmal edilemez bir parçası içinde emsali olmayan değişiklikleri etkilemiş olan yeni gelişmelerdir (Demartini & Benussi, 2017).

Dijitalleşme her yaştan öğrenciye öğretmek için masaüstü bilgisayarlar, mobil cihazlar, internet, çevrimiçi kurslar, akıllı telefonlar, kameralar, etkileşimli beyaz tahtalar, yazılım uygulamaları ve diğer dijital teknolojilerin kullanımını ifade etmektedir (Machekhina, 2017). Dijitalleşmeye giden yol uzundur ve eğitimciler yeni bir dijital teknolojilerin müfredatına bu hedefi desteklemek için ekipman ve öğretmen mesleki gelişimine yapılan yatırımların yanında (Masters, 2018) yazılım, bilgisayar virüsleri ve bilgi gizliliği teknoloji altyapısına ve BT sistemlerine de yatırım yapılmasını gerektirir (Yehya, 2021).

Ayrıca, eğitimin dijitalleşmesi, öğrencilerin ve öğretmenlerin performans ve çıktılarını geliştirmek için dijital cihazlarla ilgili etkileşimli bilgileri alabilecekleri dijital okullar aracılığıyla dijital okuryazarlığa geçişe ihtiyaç duymaktadır. Eğitimciler, eğitimsel dijital teknolojik araçların müfredatlarında, yönergelerinde, değerlendirmelerinde ve sınıf yönetiminde köklü değişiklikler oluşturduğunun farkında olmalıdır. Bu nedenle, dijital okullar, tüm öğrencilerin dijital olarak yetenekli bireyler olma fırsatına sahip olmasını sağlamak için eğitimde dijitalleşmeye yönelik eğitim devriminde ihtiyaç duyulmaktadır (Yehya, 2021).

Okullarda dijitalleşmeye yönelik önemli yaklaşımlara ilişkin olarak okullarda belirli dijital stratejiler ve uygun bir çerçevenin geliştirilmesi gerekmektedir (Yehya, 2021). Ayrıca politika yapımcılar ve eğitimciler, donanımın ötesinde dijital öğrenmenin önemini ve öğrenme yönetim sistemlerinin genişletilmiş tanımını içselleştirmelidir (Yehya vd., 2018).

Bireylere yaratıcı, esnek düşünmeyi kazandırmak gerekmektedir. Teknolojiyle yüzleşerek kendine güvenen bir neslin yetişmesi için okul ortamının güvenliğinin artırılmasına yönelik içeriklerin oluşturulması önem taşımaktadır. Günümüz eğitim sistemi, okul eğitimi çerçevesinde çocuğun hem psikolojik hem de sosyal gelişimine ne kadar olumlu katkı sağladığı konusunda önemli bir soru işareti olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknoloji ve bilişimin günlük ve eğitim hayatındaki varlığı öğrenenin hem psikolojik hem de sosyal gelişimini olumsuz etkileyebileceği bilinciyle hareket ederek gerekli önlemleri almak bu sayede maksimum verimliliği sağlamak okul yöneticilerinin esas sorumluluğunda olmalıdır.

Sonuç olarak okul yönetimi, öğrenmeyi ve öğretmeyi kolaylaştıran bir şemsiyedir. Bu nedenle dijital dönüşümün okul yönetimindeki rolü altı çizilmesi gereken yoğun bir ihtiyaçtır. Okul yönetimi okul kùltürünün oluşturulmasında, dijital dönüşümün okul yönetimini ve eğitimde kalite için kùltürü etkilediğı önemli bir görev üstlenmektedir.

Kaynakça

1. Austin M. J., & Ciaassen J. (2008). Impact of organisational change on organisational culture. *Journal of Evidence-Based Social Work*, 5, 1-2, 321-359.
2. Balyer, A., & Öz, Ö. (2018). Academicians' views on digital transformation in education. *International Online Journal of Education and Teaching (IOJET)*, 5, 4, 809-830.
3. Bejinaru, R. (2019). Impact of Digitalization on Education in the Knowledge Economy. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7, 3, 367-380.
4. Bozkurt, A. (2015). Mobil öğrenme: her zaman, her yerde kesintisiz öğrenme deneyimi. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 65-81.
5. Bratianu, C., & Anagnoste, S. (2011). The role of transformational leadership in mergersand acquisitionsin emergent economies. *Management & MarketingChallenges for the Knowledge Society* 6, 2, 319-326.
6. Chang, C. K., Reisman, S., & Tovar, E. (2017). Advances in Learning Technologies. *Computer*, 50, 5, 14-17.
7. Clark, E. (2018). *Digital transformation: What is it?* <https://er.educause.edu/articles/2018/5/digital-transformation-what-is-it>
8. Demartini, C., & Benussi, L. (2017). Do Web 4.0 and industry 4.0 imply education X. 0?. *IT Professional*, 19, 3, 4-7.
9. EUROPE, (2013). *DIGCOMP: A Framework for developing and understanding digital competence in Europe*. <file:///Users/gonul/Downloads/lb-na-26035-enn.pdf>
10. EUROPE, (2020). *A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth*. <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>
11. Fariás-Gaytán, S., Aguaded, Í., & Ramírez-Montoya, M. S. (2022). Transformation and digital literacy: Systematic literature mapping. *Education and Information Technologies*, 27, 1417-1437.
12. Gartner, (2020). Education Digital Transformation and Innovation Primer for 2020. <https://marketresearch.enterprise-ireland.com/wp-content/uploads/2018/10/Education-Digital-Transformation-and-Innovation-Primer-for-2020.pdf>
13. Hammad, W. (2009). Teachers' perceptions of school culture as a barrier to shared decision making (SDM) in Egypt's secondary schools.

Publication Cover Compare: A Journal of Comparative and International Education, 40, 1, 97–110.

14. LeewayHertz Software Development Company (2022). <https://www.leewayhertz.com/digital-transformation-in-education/>
15. Luić, L., Švelec-Juričić, D., Lasić Lazić, J., & Šantalab, M. (2020). *Planning, managing and leading the digital transformation of schools*. 13th Annual International Conference of Education, Research and Innovation, 9-10 November, Online Conference.
16. Machekhina, O.N. (2017). Digitalization of education as a trend of its modernization and reforming. *Revista Espacios*, 38, 40, 26–30.
17. Mamaeva, D. V. Shabaltina, L. V. Yu Garnova, V. Petrenko, E. S. & Borovsky, S. S. (2020). *Digital transformation of higher educational system*. Journal of Physics: Conference Series, 1691, 1st International Scientific Conference «ASEDU-2020: Advances in Science, Engineering and Digital Education» 8-9 October 2020, Krasnoyarsk, Russian Federation.
18. Masters, J. (2018). Trends in the digitalization of K-12 Schools: The Australian perspective. *Media, Technology & Life-Long Learning*, 14, 2, 1-12.
19. Napate, S., Maity, P., & Baheti, P. (2020). Digital transformation of management education. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 3, 9, 19-23.
20. Niculescu, G. (2019). The digital technologies in education, *Annals-Economy Series, Constantin Brancusi University, Faculty of Economics*, 6, 86-91.
21. Panetta, K. (2017). Gartner top 10 strategic technology trends for 2018. www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2018/.
22. Pavel, A. (2010). The role of higher education institutions in breaking the digital barrier- book (28) in a series of publications toward a knowledge society, Jeddah, center for strategic studies, King Abdulaziz University, 1-115.
23. Saracco, R. (2019). Digital transformation VS continuous education. *IEEE Future Directions*, <https://cmte.ieee.org/futuredirections/2019/03/07/digital-transformation-vs-continuous-education/>.
24. Smollan R. K., & Sayers J. G. (2009). Organisational culture, change and emotions: A qualitative study. *Journal of Change Management*, 9, 4, 435–457.

25. Yehya, F. (2019). *Impact of computer simulation on students' cognitive achievement in physics courses*. (Doctoral dissertation). Saint Joseph University, Beirut.
26. Yehya, F. M. (2021). Promising digital schools: An essential need for an educational revolution. *Pedagogical Research*, 6, 3, em0099. <https://doi.org/10.29333/pr/11061>
27. Yehya, F., Barbar, A., & Rjeily, S. A. (2018). Diagnosing the barriers for integrating educational technology in Physics courses in Lebanese secondary schools. *Research in Social Sciences and Technology*, 3, 2, 14-39. <https://doi.org/10.46303/ressat.03.02.2>
28. Yigezu, M. (2021). *Digitalization in teaching and education in Ethiopia Digitalization, the future of work and the teaching profession Project*. Background report. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_783664.pdf

SOSYAL PİYASA EKONOMİSİNDE DEVLET ANLAYIŞI

Prof. Dr. Haluk Egeli¹

Doç. Dr. Güngör Özcan²

¹Dokuz Eylül Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-4572-7911

²Manisa Celal Bayar Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-5966-5582

GİRİŞ

Sosyal piyasa ekonomisi, Almanya'nın sanayileşmesinde başarılı bir model olarak karşımıza çıkmaktadır. Piyasanın başarısızlığı karşısında devletin tamamlayıcı özelliği ile sosyal refah kaybını azaltacağı ön plana çıkarken liberalizmin ve sosyalizmin arasında bir üçüncü yol niteliği kazanmıştır.

Çalışmada Sosyal Piyasa Ekonomisi Kavramı, Sosyal Piyasa Ekonomisinin Tarihsel Arka Planı, Sosyal Piyasa Ekonomisinin Unsurları ve Sosyal Piyasa Ekonomisinin Devlet Anlayışı inceleme konusu yapılırken araç olarak sosyal bütçe üzerinde durulmuştur.

Sosyal Piyasa Ekonomisi Kavramı

Alfred Müller-Armack tarafından ilk defa 1947'de yayınlanan "Ekonomi Yönetimi ve Piyasa Ekonomisi" isimli yayında kullanılan sosyal piyasa ekonomisi, Freiburg İktisat Okulu'nun Ordo Liberal anlayışına ilişkin bir ekonomik düzen olup iktisadi ve sosyal yaşamın tüm alanlarını içine alan bir kavramdır (Seyyar, 2021).

Sosyal piyasa ekonomisi, politik düzenleme fikrinden hareket ederek serbest rekabet boyutunda, müteşebbislere serbest piyasa şartlarını verebilecektir. Bu durum sosyal politikalarla da bütünleşecektir. Modelin temel amacı serbest piyasa özgürlüğü ile sosyal dengenin sağlanmasıdır (Arslan, 2010).

Sosyal piyasa ekonomisi bir ekonomik düzene yönelik bir program olarak ifade edilebilir. Temel düşünce rekabet iktisadı temelinde özgür girişimi, piyasa ekonomisinde garanti altına alınan sosyal güvence ile başka bir deyişle piyasada özgürlük ve sosyal eşitlik ilkeleri bağdaşmasıdır. Sosyal piyasa ekonomisinin ekonomik ve sosyal boyutu bulunmaktadır. Ekonomik boyutta piyasa özgürlüğü ve rekabet ortaya çıkarken sosyal boyutta sosyal eşitlik ilkesi ön plandadır. Sosyal piyasa ekonomisinde devlet aşırı müdahaleciliği değil sınırlı ve düzenleyici müdahaleyi savunurlar (Aktan, 2004).

Sosyal Piyasa Ekonomisi, bir yandan sosyalizmi ve merkezi planlı ekonomiyi, diğer yandan "bırakınız yapsınlar kapitalizmi" ve "tekelci kapitalizmi" reddeden bir piyasa ekonomisi sistemi arar (Wrobel, 2012).

Sosyal Piyasa Ekonomisinin Tarihsel Arka Planı

Sosyal piyasa ekonomisinin tarihsel gelişiminde önemli rol oynayan Freiburg Okulu'nun 1930'lu yıllarda büyük buhran sonrası gelişen fikirleri Ordo-Liberalizm olarak adlandırılmıştır. Okulun önemli isimleri; Walter Eucken, Franz Böhm ve H. Grobmann-Doerth'dir. II. Dünya Savaşı'na Ordo Liberalizm olarak ifade edilen yaklaşım, savaştan sonra sosyal piyasa ekonomisi olarak ifade edilmeye başlamıştır. Sosyal piyasa ekonomisi uygulaması ilk defa 1948-1963

yılları arasında Batı Almanya Ekonomi Bakanı Ludwig Erhard tarafından uygulanmıştır. Bu sebeple literatürde Alman modeli veya Alman Neo-Liberalizmi şeklinde ifade edilmektedir. Sosyal piyasa ekonomisi teorisi Freiburg Okulu'nun ekonomik düzen teorisine dayanır. Teorinin izleri 16. yüzyılda Lutheran dini reformlarında karşımıza çıkar. Lutheran dini reformları, Protestan Hristiyanların yaşadığı Almanya ve diğer Avrupa ülkelerinde sosyal piyasa ekonomisinin gelişiminde oldukça etkilidir. Protestanlığın dini anlayışındaki ımece usulü iş yapma biçimi ibadetin bir ritüeli şeklinde görülmekte, karşılıklı yardımlaşma ve iş ahlâkı tesisi fikirleri, sosyal piyasa ekonomisinin sosyo-iktisadi boyutun ortaya çıkmasına sebep olmuştur. 1900'lerin başlarında Bismarck dönemindeki Almanya'da devletin sosyal denge politikaları yanında rekabetçi bir piyasa yapısı üzerinde çalışmıştır. Bismarck, 1871 yılında Almanya'da Alman Birliği'ni tesis ettikten sonra hazırladığı sosyal düzenlemelerle, 1883 yılında hastalık sigortasını, 1884 yılında kaza sigortasını ve 1889 yılında da yaşlılık ve sakatlık sigortasını yürürlüğe koymuştur. 1911 yılında emeklilik sigortası ve 1927 yılında işsizlik sigortası da kanunlaşarak uygulamaya konulmuştur (Zengin, 2020).

Almanya'da sosyal dengeler tekrar kurulduğundan Alman işçi ve burjuva sınıfı aynı toplumun parçaları olduklarını tespit etmeye ve refah yükselişinden hak ettikleri paylarını almaya başladılar. Bu haklar zamanla artarak, mesela çalışma sürelerinin sınırlandırılmasını, haftalık tatil günlerinin tekrar tespitini, hastalık ve kaza sigortaları kapsamında her türlü sosyal güvenlik önlemlerinin alınmasını mecburi hale getirmiştir. Bu sosyal düzenlemelerle Alman ekonomisi oldukça kuvvetlendi ve Almanya endüstrileşmede İngiltere'yi geçti. Almanya böylelikle I. Dünya Savaşı öncesinde, birinci sanayi devrimini yaptı. 1840'larda daha çok tarım ekonomisine sahip olan Almanya 1860'lı yıllardan sonra endüstrileşmesini sağladı (Arslan, 2010).

Sosyal Piyasa Ekonomisinin Unsurları

Sosyal piyasa ekonomisinin temel unsurları arasında Ordo Liberallerinin ekonomik ve sosyal boyutun yansımaları yer almaktadır (Zengin, 2020) & (Aktan, 2004):

i. Tercih Özgürlüğü

Sosyal piyasa ekonomisinde insan haklarına ve özgürlüklere değer verilirken piyasa özgürlüğünü önemserler. Piyasa özgürlüğünü ise kendi içinde teşebbüs ve tüketici tercih özgürlüğü kapsamındadır. Devlet rekabet ekonomisinde temel hak ve özgürlükleri korur.

ii. Fonksiyonel Rekabet

Rekabetin piyasa ekonomisinde kendiliğinden etkin bir piyasanın meydana gelebileceğini fakat devlet müdahalesiyle rekabetin çerçevesi meydana getirilerek aksak rekabetin önlenebileceği ifade edilir. Sosyal piyasa ekonomisi hakem devlet modeline dayanmaktadır. Bu kapsamda oyun kurallarını tespit eden aktif devletin piyasanın dinamizmine ve işleyişine uygunluğu üzerinde dururlar.

iii. Kalkınmaya Yönelik Yapısal Politikalar

Sosyal piyasa ekonomisi hakem devlet tarafından düzenlenen piyasanın sürdürülebilir iktisadi büyüme ve kalkınma için imalat sanayi ve doğal kaynak firmalarına ilişkin dengeleyici ve teşvik edici politikaların varlığını destekler.

iv. Sosyallik

Sosyallik kavramı; piyasadaki en fakir grubun hayat standartlarının olumlu hale getirilmesi ve tüm vatandaşların hayat kalitelerinin iktisadi ve sosyal sorunlara karşı korunmasını ifade eder. Sosyallik kapsamında; adaletli gelir dağılımı, sosyal güvenlik, sosyal refah, sosyal katılım, sosyal barış, sosyal dayanışma ve sosyal demokrasi ön plana çıkmaktadır.

v. Çevrenin Korunması

Sosyal piyasa ekonomisinde firmaların özgürlüğünün toplum sağlığı açısından gerekli durumlarda kısıtlanması gerektiğini belirtilir. Küreselleşme ile çevresel problemlerin engellenmesi ve ekolojik dengenin sağlanması için sürdürülebilir çevre politikaların uygulanması gerektiğini savunurlar.

vi. Mülkiyetin Korunması

Sosyal piyasa ekonomisi, liberal piyasa ekonomisindeki gibi mülkiyet haklarının korunması gerekliliğini savunurlar.

vii. İktisadi Politikalar

Sosyal piyasa ekonomisinde altın standardı üzerinde durulurken kredi genişlemesine karşı çıkılır. Konjonktürel dalgalanmaların nedenini kredi genişlemesi görürler ve kuvvetler ayrılığının net bir biçimde ortaya konduğu tam demokratik bir siyasal sistemi şart olarak görürler.

Sosyal piyasa ekonomisi, sosyal refah devleti temeline dayanır. Sosyal refah devleti, piyasa kuvvetlerinin işleyişini farklılaştıran bir anlayış olup sosyoekonomik hayata müdahale eder. Sosyal devlet, kişilerin belirli bir hayat düzeyinin altına düşmeden yaşayabilmeleri ve temel haklarla desteklenmesi üzerine inşa edilmiştir. Kişilerin sosyal refahın yükseltilmesi için uygulanan programlardan faydalanma hakkı, sosyal devlette temel vatandaşlık hakkı olarak kabul görmüştür. Ayrıca, sosyal devlet toplumsal birlik ve dayanışmanın, toplumdaki tüm vatandaşların ekonomik özgürlüklerinin yükseltilmesi, toplumsal eşitliğin ve adaletin gerçekleştirilmesiyle ilintili olduğu fikrini benimsemiştir (Yay, 2014).

Sosyal Piyasa Ekonomisinin Devlet Anlayışı

Sosyal piyasa ekonomisinden devletin Ordo Liberalizm'deki temel görevlerini şu şekilde ifade edebiliriz (Arslan, 2010):

- i. Rekabetin sağlıklı olabilmesi için gerekli düzenleyici ve denetleyici kuruluşlar meydana getirmek
- ii. Fakir ile ihtiyaç sahibi haline gelmiş kişilere ilişkin sosyal güvenlik hizmetlerini sağlamak
- iii. Vatandaşların temel gereksinimleri için önem taşıyan mallara gerektiği zaman müdahalede bulunmak
- iv. Toplumdaki vatandaşlar için önemi bulunan başka bir deyişle erdemli malları üretmek

Sosyal piyasa ekonomisine göre devletin temel iki görevi vardır. Bunlar; tamamlayıcılık ve piyasaya uygunluk ilkesidir. Tamamlayıcılık ilkesinde piyasa başarısızlıkları durumunda devletin tamamlayıcı rolünün önemi üzerinde durulur. Piyasa ekonomisinden vazgeçilmeyecektir. Sosyal piyasa ekonomisinde mümkün olduğu kadar piyasa ve gerektiği kadar devlet söz konusudur. Tamamlayıcılık rolü kapsamında; rekabet hukuku meydana getirilmesi, fiyat istikrarının tesisi, özel mülkiyet, sosyal güvenlik ve kurumsal düzenlemeler bulunmaktadır. Piyasaya uygunluk ilkesi ise devlet müdahalesinin piyasa şartlarına uygun olması gerektiği üzerinde durmaktadır (Aktan, 2004).

Piyasa ekonomisi iktisadi etkinliklerin organizasyonun doğal, ancak ideal olmayan bir modelidir. Piyasa başarısızlıkları kapsamında; kamusal mallar, dışsallık, aksak rekabet, asimetrik bilgi, risk ve belirsizlik, fiyatların yapışkanlığı, arz ve talep arasındaki gecikme, negatif eğimli arz pozitif eğimli talep, gelirin adaletli paylaşılabilmesi ve ekonomik istikrarsızlık gibi etmenler bulunduğundan piyasa ekonomisinin otomatik işleyişi her zaman Pareto optimumunu gerçekleştiremeyecektir (Öztürk, 2004).

Sosyal piyasa ekonomisinin maliye politikasındaki en önemli ayağını sosyal bütçe meydana getirmektedir. Sosyal bütçenin son yıllarda öneminin artmasında yaşanan sosyal ve ekonomik gelişmeler etkilidir. Bu gelişmeler; sosyal refah devleti anlayışının ülkelerdeki anayasalarda yer alması, sosyal giderlerin izlenebilmesinde ve kamu hizmetlerinin kalitesinin araştırılmasında sosyal bütçenin öne çıkması, mali saydamlık ve hesap verilebilirlik gibi bütçenin çağdaş ilkelerinin denetiminde sosyal bütçeye gereksinim olmasıdır. Ayrıca; küreselleşme süreciyle işgücü piyasaları etkinliğinin ekonomi politikalarında daha da önemsenmesi sonucunda ulus devletlerin politikalarının şekillenmesinde sosyal barış ve sosyal denge gibi sosyal politika amaçlarının yerine getirilebilmesinde sosyal bütçenin araç olarak önemi daha da fazlalaşmıştır (Özcan, 2016).

Sosyal piyasa ekonomisinde devlet; piyasa şartlarında gerektiğinde sosyal fayda için müdahale etmek mecburiyetindedir. Devletin bu müdahaleleri Ekonomik Anayasa kapsamındadır. Bu hususta tüm piyasa unsurları kanuni bir çerçevede kalmakta birbirleriyle rekabet edebileceklerini bilmektedirler. Ekonomik Anayasa’da öngörülen düzenlemeler ile temel insan hakları arasında ciddi ilişki kurulmuştur. Bu sebeple sosyal piyasa ekonomisi; eşitlik, özgürlük ve özel mülkiyet hakkı gibi hakları önemsemektedir. Sosyal piyasa ekonomisinde ekonomik faaliyet alanlarını kanuni çerçevede devlet tespit eder ve bu çerçevede hareket alanlarını piyasa unsurlarına bırakır. Devlet yaşanacak rekabet ortamında kurallara uyulmasını sağlarken mağdur olanları da sosyal güvenlik düzenlemeleri ile destekler. Sosyal piyasa ekonomisinde sosyal güvenlik ön plana çıkarken piyasa rekabeti de artmaktadır. Ancak devlet kurumlarında çalışanlar ve bürokrasi büyüyebilmekte, tembellişme yükselmekte ve kamusal hizmetler yeterli personel olmasına rağmen azalabilmektedir. Sosyal harcamaların artmasından dolayı ayrıca bütçe açıkları oluşabilmekte ve bunları kapatmak için ek vergilere ihtiyaç duyulabilmektedir. Bu adımlar özel sektörde çalışma şevkinin düşmesine ve üretimin gerilemesine sebep olabilmektedir (Arslan, 2010).

SONUÇ

Sosyal piyasa ekonomisine göre devletin temel iki görevi vardır. Bunlar; tamamlayıcılık ve piyasaya uygunluk ilkesidir. Tamamlayıcılık ilkesinde piyasa başarısızlıkları durumunda devletin ta-mamlayıcı rolünün önemi üzerinde durulur. Piyasa ekonominin-den vazgeçilmeyecektir. Sosyal piyasa ekonomisinde mümkün olduğu kadar piyasa ve gerektiği kadar devlet söz konusudur. Tamamlayıcılık rolü kapsamında; rekabet hukuku meydana getirilmesi, fiyat istikrarının tesisi, özel mülkiyet, sosyal güvenlik ve kurumsal düzenlemeler bulunmaktadır. Piyasaya uygunluk ilkesi ise devlet müdahalesinin piyasa şartlarına uygun olması gerektiği üzerinde durmaktadır.

Sosyal piyasa ekonomisinin maliye politikasındaki en önemli ayağını sosyal bütçe meydana getirmektedir. Sosyal bütçenin son yıllarda öneminin artmasında yaşanan sosyal ve ekonomik geliş-meler etkilidir. Bu gelişmeler; sosyal refah devleti anlayışının ülkelerdeki anayasalarda yer alması, sosyal giderlerin izlenebilmesinde ve kamu hizmetlerinin kalitesinin araştırılmasında sosyal bütçenin öne çıkması, mali saydamlık ve hesap verilebilirlik gibi bütçenin çağdaş ilkelerinin denetiminde sosyal bütçeye gereksinim olmasıdır.

Sosyal piyasa ekonomisi ekonomik kriz yaşayan ülkelerde bir rahatlama reçetesi sunmalıdır. Bu reçete ise devletlerin ve vatandaşların doğrudan ekonomik yapısı içerisinde telafi edici olarak şekillenmelidir. Sosyal piyasa ekonomisi bütçe açıklarının kronikleşmesine sebep olmamalıdır.

Kaynakça

1. Aktan, C. (2004). *Yeni İktisat Okulları*. Ankara: Seçkin Yayınları.
2. Arslan, R. (2010). Sosyal Piyasa Ekonomisi 2008-2009 Ekonomik Mali Krizini Önleyebilir miydi? *Akademik Fener*, 8(15), 15-26.
3. Özcan, G. (2016). *Sosyal Bütçe Anlayışı*. İzmir: Kitapana Yayıncılık.
4. Öztürk, N. (2004). Piyasa Başarısızlıkları. *Öneri Dergisi*, 6(24), 173-187.
5. Seyyar, A. (2021). Alexander Rüstow'un Sosyal Piyasa Ekonomisi Konseptine Yüklelediği "Hayatî Politika" (Vitalpolitik) kavramının açılımı. *Emek ve Toplum Dergisi*, 508-536.
6. Wrobel, R. (2012). The social market economy as a model for sustainable growth in developing and emerging countries. *Economic and Environmental Studies*, 47-63.
7. Yay, S. (2014). Tarihsel Süreçte Türkiye'de Sosyal Devlet. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 3(9), 147-161.
8. Zengin, F. (2020). *Sosyal Piyasa Ekonomisi ve Krizler*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

**PETROL FİYATLARININ TÜRKİYE’NİN CARİ
AÇIĞINA ASİMETRİK ETKİSİ:
ARDL VE NARDL UYGULAMASI**

**Dr. Öğr. Üyesi Hacı Ahmet Karadaş
Prof. Dr. Ahmet Şengönül**

*Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü,
hkaradas@cumhuriyet.edu.tr; ORCID: 0000-0002-3088-1107*

*Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, Ekonometri Bölümü,
asengonul@cumhuriyet.edu.tr; ORCID: 0000-0002-4999-1461*

1. Giriş

Olumsuz sosyo-ekonomik etkilerinin yanında, teknolojik gelişmelerin ve tarihsel olarak dünyadaki küreselleşme evrelerinin sonucunda artan refah seviyesi, toplam talebin artmasına ve yurtiçi kaynakların bu talebi karşılamada yetersiz kalmasına neden olmuştur (Coatsworth, 2004:39-42). Aşırı artan talep uluslararası piyasalardan karşılanmaya başlamıştır. Bu ise uluslararası ticaretin gelişmesine neden olmuştur.

Ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerin sistematik bir şekilde tutulduğu ödemeler bilançosunun en önemli kalemi olan cari işlemler hesabı ülkenin döviz dengesi hakkında bilgi vermektedir. Cari işlemler hesabının açık vermesi ülkenin döviz giderlerinin gelirlerinden daha fazla olduğu anlamına gelir. Bu açığın diğer ülkelerden borç alınan borçlar ya da merkez bankası rezervleri kullanılarak kapatılabilir. Cari açığın daha fazla yatırıma olanak sağlaması, yüksek verimliliğe sahip yabancı yatırımların artırabileceğini göstermesi ve ülkenin yatırım için güvenli olduğu sinyali vermesi gibi olumlu özellikleri bulunmaktadır (Higgins ve Klitgaard, 1998). Bunun yanında ülkedeki yabancı varlıkları arttırması ve ekonomik sorun oluşması durumunda sermaye kaçışına neden olabilmesi gibi olumsuz özellikleri de bulunmaktadır (Özata, 2014:72). Mal ve hizmetlerin, belirli yatırım gelirlerinin ve yatırım transferlerinin ihracatı ve ithalatı arasındaki fark olan cari işlemler hesabı ile ülke ekonomisinin durumu hakkında yorum ve değerlendirme yapılabilir. Bu yönüyle, cari işlemler hesabı ülkenin milli gelir ve makroekonomik verimliliğini değerlendirmede kullanılan en önemli göstergelerden birisidir. Cari işlemler hesabını oluşturan kalemlerin en büyüğü mal ve hizmet ticareti olduğundan, ülkede cari açık olması durumunda ithalatın ihracattan fazla olduğu yani ithalatını karşılayacak miktarda mal ve hizmet üretmediği anlaşılmaktadır (Güngör vd., 2016:31-32). Yani, cari açık sonucunda görülen olumsuz etkilerle karşılaşmamak için üretimin arttırılması gerekmektedir.

Ekonomik anlamda büyümeyi hedefleyen ülkelerin öncelikli amacı da üretimi arttırmaktır. Teknolojinin gelişmesi ile enerji üretim aşamasının en önemli girdilerinden biri haline gelmiştir. Hem dünya bazında hem de ülke bazında ekonomik büyüme hızlandıkça enerji ihtiyacı ve talebi artmaktadır. Artan talebi karşılamak için dünya genelinde en çok kullanılan enerji kaynağı olan petrolün fiyatındaki değişimlerin ülkelerin ekonomilerine yön vereceği su götürmez bir gerçektir. Bu bağlamda, petrol fiyatlarındaki değişimlerin enflasyon, işsizlik, ekonomik büyüme, cari açık ve diğer makroekonomik faktörler üzerinde etkileri olduğu açıktır (Güngör vd., 2016:30). Bu nedenle, ülkelerin ekonomik büyümeyi garanti altına almak için üretim aşamasının en önemli girdilerinden olan enerjinin arz güvenliğini sağlaması gerekmektedir. Petrol ise dünyada olduğu gibi

Türkiye’de de en önemli enerji kaynaklarından biridir (Başarır ve Erçakar, 2016:48). Artan enerji talebinin karşılanmasında petrol ve doğalgaz gibi kaynakları kullanan ülkeler yeterli kaynağa sahip olmaması durumunda, üretim artışları ithalat artışlarına ve yüksek cari işlemler hesabı açıklarını beraberinde getirmektedir (Güngör vd., 2016:32).

Petrol fiyatlarındaki artışlar Türkiye gibi petrol ithal eden ülkeler için maliyetlerin artmasına yani maliyet enflasyonuna neden olmaktadır. Üretim maliyetleri artan firmalar enerji talebini azaltmak için üretim miktarlarını düşürmektedirler. Bunun sonucunda, ülkenin milli gelirinde düşüşler gözlemlenir. Tersine, petrol fiyatlarının düşmesi durumunda firmalar daha az enerji maliyetine katlanacaklarından üretimlerini arttırarak milli gelirin artmasına yardımcı olacaktırlar (Güngör vd., 2016:31).

2000’li yıllarda küresel talebin artmasıyla ortaya çıkan enerji fiyat artışları, enerji ihraç eden ülkelerin karlarının artmasına yardımcı olurken ithalatçı geliştirmekte olan ülkelerin makroekonomik dinamiklerinde bozulmalar başta olmak üzere ciddi sorunlarla karşı karşıya kalmalarına neden olmuştur (Özlale ve Pekurnaz, 2010:4489).

Yukarıda belirtildiği gibi sanayileşme ile enerji ihtiyacı artmış ve enerji arzı ekonomiler için en önemli konulardan biri haline gelmiştir. Büyümenin göstergelerinden biri olarak kullanılan enerjinin büyük bir kısmının petrol ürünlerinden elde ediliyor olması, petrol fiyatlarındaki değişimlerin cari açık üzerinde etkili olmasına neden olmuştur. Literatürde petrol fiyatlarının cari açık üzerindeki etkisini açıklamaya çalışan farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunlar (Syzykova, 2017:26):

(i) Arz kanalı: Petrol fiyatlarındaki artış üretim maliyetlerini arttırarak üretim kararlarını etkilemektedir. Üretim girdisi olan petrolün fiyatındaki değişiklikler sonucu üretimin kısılması ticaret dengesini etkilemektedir.

(ii) Talep kanalı: Zorunlu bir girdi konumuna gelen petrolün talebinin fiyat esnekliğinin düşük olması nedeniyle, fiyat artışları bütçeden diğer mallar için ayrılan payın azalmasına ve dolayısıyla bu malların talebinin azalmasına neden olacaktır. Bu durum ithal ve ihraç edilen mal miktarlarını ve ticaret dengesinin değişmesine neden olacaktır.

(iii) Parasal kanal: Petrol fiyat artışlarına karşı ekonomide uygulanan daraltıcı para politikaları ekonomik durgunluğa ve cari açığa artışlara neden olacaktır.

(iv) Ticaret kanalı: Petrol fiyat artışları üretim maliyetlerini arttırdığı için ithal malların ihraç mallarına göre daha ucuz hale gelmesine neden olur. Bunun sonucunda, dış ticaret dengesi bozulur ve cari açık artma eğilimine gider.

(v) Finansman kanalı: Petrol fiyat değişimlerin ihracatçı ülkelerde varlık fiyat ve karlarında artışa neden olacaktır ve artan refahın belirli bir bölümü

ithalatçı ülkelere transfer edilecektir. Bu şekilde yaşanan sermaye transferi sonucunda cari dengede değişim yaşanacaktır.

Bütün bunlara ilaveten cari işlemler hesabını oluşturan kalemlerin en önemlisi olan dış ticaret dengesini oluşturan ihracat ve ithalat kalemlerinin her birisi petrol fiyatı artışı ve azalışlarına farklı tepkiler verebilir. Örneğin Petrol fiyatının artması girdi olarak kullanılan petrol miktarı sabit iken petrol ithalatının yabancı para cinsinden tutarını artırıp cari açığın artmasına neden olurken, petrol fiyatının düşmesi yurt içi üretimin ana girdisi olarak ihtiyaç duyulan ithal edilen petrol miktarının artmasına ve cari açığın azalmayıp hatta artabileceği olasılığına sahiptir.

Buradan da anlaşılabacağı gibi petrol fiyatlarının cari açığı nasıl etkilediğinin bilinmemesi durumunda alınacak politika önlemleri verimsiz hatta amacının tersi etkiye sahip olabilir. Bu nedenle, politika önlemleri almadan önce ekonometrik analizler yardımıyla petrol fiyatları ve cari açık arasındaki ilişki incelenmeli ve elde edilen sonuçlara göre politikalar belirlenmelidir.

Petrol fiyatlarındaki değişimlerin Türkiye'nin cari açığına etkisini incelemek amacıyla yapılan bu çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde Türkiye'nin enerji ithalatı ve cari açığına değinilmiştir. Üçüncü bölümde literatürde bu konu ile ilgili çalışmalara yer verilmiştir. Dördüncü bölümde, petrol fiyatlarının cari açık üzerindeki asimetrik etkisini incelemek amacıyla NARDL analizi yapılmıştır. Besinci bölümde çalışmanın sonucu yer almaktadır.

2. Türkiye’de enerji ithalatı ve cari açık

Gelişmekte olan ülke olarak kabul edilen Türkiye 1980 sonrası dış dünyaya açılarak ihracata dayalı büyüme modeline geçmiştir. Bu çerçevede üretimi arttıran ülke aynı zamanda tüketimini de arttırmıştır.

Üretim ve tüketim aşamasındaki enerji ihtiyacının büyük bir kısmını ithal etmek zorunda kalan Türkiye’de petrol ithalatı ile cari açık arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Enerji fiyatlarındaki dalgalanmaların da etkisi ile ithal edilen petrol toplam ithalat içerisinde büyük pay almakta ve cari açığın artmasına neden olmaktadır. Kullanılan petrol miktarının yaklaşık %90'ının ithal edilmesi hem ülkenin cari açığını hem de büyümesini de olumsuz yönde etkilemektedir. Refah seviyesinin gün geçtikçe artması bu durumun devam edeceğinin göstergesidir (Özata, 2014: 72).

Tablo 1. Türkiye'nin dış ticaret ve enerji verileri

		2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
İhracat	Milyar	120.9	154.8	152.6	169.2	178.9	182.2	168.3	224.6
	\$	9	7	5	1	1	0	9	9
İthalat	Milyar	177.3	203.8	192.5	227.7	219.6	198.9	206.2	253.9
	\$	2	7	7	9	4	8	5	8
İhracat/ithalat	Oran	0.68	0.76	0.79	0.74	0.81	0.92	0.82	0.88
Dış ticaret hacmi	Milyar	298.3	358.7	345.2	397.0	398.5	381.1	374.6	478.6
	\$	1	4	1	0	4	8	4	7
Dış ticaret Dengesi	Milyar	-	-	-	-	-	-	-	-
	\$	56.33	49.01	39.92	58.58	40.73	16.78	37.86	29.28
Enerji İhracat	Milyar	4.47	5.15	3.38	4.80	5.81	8.45	4.72	8.51
	\$								
Enerji İthalat	Milyar	38.50	38.65	27.46	37.65	43.61	41.73	28.92	50.69
	\$								
Enerji Net İhracat	Milyar	-	-	-	-	-	-	-	-
	\$	34.03	33.50	24.08	32.86	37.80	33.28	24.21	42.19
CAH	Milyar	-	-	-	-	-	5.30	-	-
	\$	44.62	27.31	27.04	40.88	21.74		35.54	13.70
Enerji Hariç CAH	Milyar	-	6.19	-2.95	-8.02	16.06	38.59	-	28.49
	\$	10.59						11.33	
CAH/GSYH	Oran	-0.06	-0.03	-0.03	-0.05	-0.03	0.01	-0.05	-0.02
GSYH artış	Yıllık %	8.43	6.08	3.32	7.50	2.98	0.89	1.79	10.99
Brent petrol	\$/varil	93.23	36.61	54.96	66.73	50.57	67.77	51.22	77.24

Kaynak: EVDS ve TUIK

Tabloda görüldüğü gibi, dış ticaret hacmi gün geçtikçe artan Türkiye'nin ithalatı ihracatından daha fazladır. 2020 yılında covid-19 salgını nedeniyle yaşanan kapanmalar sonucu düşüş görülen dış ticaret hacminde 2021 yılında büyük bir artış yaşanmıştır. İthalatın ihracattan fazla olması nedeniyle daimi açık veren dış ticaret dengesi en düşük değerine 2019 yılında ulaşmıştır. Ancak, covid-19 salgını nedeniyle yaşanan kapanmaların etkisiyle üretimin ve dolayısıyla ihracatın düşmesi ile 2020 yılında açık tekrardan büyümüştür. 2021 yılındaki müthiş ihracat performansı ile açık tekrar azalmaya başlamıştır. Dış ticaret dengesinde olduğu gibi net enerji ihracatı da ithalatın fazla olmasından dolayı daimi açık vermektedir. Ülkenin yeterli enerji kaynağı olmaması ve gerekli olan enerjiyi yurtdışından ithal yolu ile karşılaması bunun en büyük nedenidir. Enerji ithalatının dış ticaret hacmi içerisinde yüksek değerler alması cari işlemler hesabının açık vermesinin en önemli nedenlerinden birisidir. Bu durum, enerji hariç cari işlemler hesabı verilerine bakıldığında daha iyi

anlaşılmaktadır. Enerji hariç cari işlemler hesabı genellikle pozitif değerler almıştır. Açık verdiği dönemlerde ise değeri düşük seviyelerde kalmıştır.

3. Literatür taraması

Cari işlemler hesabı iktisat literatüründe ilgi gören bir konudur. Bu nedenle, bu konuda Türkiye’de ve diğer ülkelerde birçok çalışma yapılmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde, öncelikle Türkiye’de yapılan çalışmaların daha sonra diğer ülkelerde yapılan çalışmaların bazılarının özeti verilmiştir.

Karabulut ve Danışoğlu (2006), Türkiye’nin temel ekonomik göstergeleri, uygulanan kur rejimi ve döviz kuru hareketlerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmada, 1994-2004 dönemine ait çeyreklik cari açık, 15 AB ülkesinin GSYH’lerinin ortalaması, Türkiye’nin GSYH’si, döviz kuru ve ham petrol fiyatları değişkenlerine eşbütünleşme testi ve vektör hata düzeltme modeli uygulamışlardır. Analiz sonucunda, değişkenlerin eşbütünleşik olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca, uzun dönemde döviz kurunun cari açığı değil Türkiye’nin GSYH’sini etkilediğini ve petrol fiyatları ile cari açık arasında pozitif, GSYH arasında ise negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Aytemiz ve Şengönül (2008) Türkiye’de enerji fiyatlarının cari açık üzerindeki etkisini incelediği çalışmalarında parametrik olmayan bir Regresyon Ağaçları tekniği kullanmışlardır. Klasik tahmin tekniklerinden farklı olarak Regresyon Ağaçlarını tarih periyodu ve enerji fiyatları arasındaki etkileşimler ile ekonomik büyüme ve döviz kurları gibi diğer makroekonomik değişkenlerin cari açık üzerindeki etkilerini ayırt etmeye çalışmışlardır. Sonuç olarak 2003:11 döneminden önce enerji fiyatlarının cari açığı olumsuz etkilediği ve enerji fiyat şoklarının ekonomi üzerinde durgunluk etkisi yaratmadığını ancak 2003 sonrası dönem için döviz kurlarının cari açığı etkileyen en önemli açıklayıcı değişken olduğunu hesaplamışlardır.

Özlale ve Pekkurnaz (2010) petrol fiyatlarının Türkiye’nin cari açığı üzerindeki etkilerini incelemek için yaptıkları çalışmada, 1999-2008 dönemine ait aylık cari işlemler hesabı, çıktı açığı ve petrol fiyatları değişkenlerine yapısal VAR analizi uygulamışlardır. Analiz sonucunda, petrol fiyat şoklarının cari işlemler hesabı üzerinde kısa vadede önemli bir etkisi olduğunu ve uzun dönemde petrol şoklarının cari işlemler hesabını negatif olarak etkilediğini belirlemişlerdir.

Özata (2014) petrol ithalatı ve döviz kuru politikalarının Türkiye’nin cari açığı ve ekonomik büyümesi üzerindeki etkilerini incelediği çalışmada, 1998-2012 dönemine ait çeyreklik Türkiye’nin ham petrol ithalatının toplam ithalata oranı, reel efektif döviz kuru, Türkiye’nin reel GSYH’si ve cari açığın GSYH’ya oranı değişkenlerine yapısal VAR analizi uygulamıştır. Çalışma sonucunda aşırı değerli TL ve ekonomik büyümenin cari açığın ana nedenleri olduğunu belirlemiştir. Bunun nedeni olarak,

üretimin ithal ara mallarına bağımlılığını ve ithal mallarının özel tüketimindeki artışı olduğunu belirlemiştir.

Başarır ve Erçakar (2016) petrol fiyatları ve döviz kurlarının Türkiye'nin cari açığı üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmada, 1991-2016 dönemine ait aylık cari açık, Brent petrol fiyatları ve dolar/TL kuru değişkenlerine VAR analizi uygulamışlardır. Değişkenler arasında uzun dönem ilişkisi olduğu ve ham petrol fiyatları ile cari açık arasında iki yönlü bir nedensellik olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Güngör vd. (2016) ham petrol fiyatlarının Türkiye'nin cari açığı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla, 1992-2015 dönemine ait aylık Brent petrol fiyatları ve cari açık değişkenlerine ARCH-GARCH modelleri uygulamışlardır. Çalışma sonucunda petrol fiyatlarının cari açık üzerinde azaltıcı bir etkisi olduğu ve yapısal kırılmaların cari açık üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmadığını belirlemiştir.

Yalta ve Arag (2017) Türkiye'de 2004-2015 yılları arasında cari hesabın kısa vadede petrol fiyatlarındaki değişimlere asimetrik tepki verdiğini, ancak uzun dönemde benzer bir asimetriye dair bir kanıt bulunmadığını ortaya koymaktadırlar.

Türkmen (2018) Türkiye'nin cari açığının kaynaklarını incelemek amacıyla, 1977-2015 dönemine ait yıllık cari açık, ekonomik büyüme, kamu kesimi borçlanma gereği, dış borç, dolar kuru, petrol fiyatı ve yurtiçi toplam kredi değişkenlerine MARS modeli uygulamıştır. Analiz sonucunda cari açığın büyüklüğünün açıklanmasında ekonomik büyümenin, kamu kesimi borçlanma gereksinimi artışının, dış borç artışının, petrol fiyatı artışının ve dolar kuru artışının önemli derecede etkili olduğunu belirlemiştir.

Bozgeyik ve Kutlu (2019) çalışmalarında 1992-2017 yılları arasında döviz kuru, M2 para arzı, petrol fiyatları, doğrudan yabancı yatırımlar, ihracat ve enflasyon ile cari açık arasındaki ilişkileri MV-GARCH modelinden elde edilen dinamik koşullu korelasyon katsayıları (DCC) ile tahmin etmişler ve petrol fiyatı ile cari açık arasında negatif ilişki bulmuşlardır.

Küçükefe (2019) 2005-2016 yılları arasında Türkiye'de cari hesap ile enerji fiyatları yani ham petrol, kömür ve doğalgaz arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada, Faktör Artırılmış Vektör Oto Regresyon (FAVAR) modeli uygulamıştır. Analiz sonucunda, cari açık üzerinde, doğal gaz fiyatlarının kademeli, petrol fiyatlarının ani, kömür fiyatlarının önemli bir gecikme ile ortaya çıkan etkisi olduğunu belirlemiştir. Çalışma sonucunda tüm enerji endeksleri arasında cari işlemler hesabını en çok etkileyenin ham petrol fiyatları olduğunu belirlemiştir.

Turan ve Özer (2019) Doğrusal olmayan ARDL yöntemi kullanarak petrol fiyatlarındaki artış ve azalışların cari işlemler hesabının GSYH oranı üzerindeki asimetrik etkisini incelemiştir. Negatif ve pozitif petrol fiyatı değişikliklerinin CA/GSYİH üzerinde kısa vadede önemli bir etkisi olduğu yönündeki bulgularına

rağmen uzun vadede etkinin olmadığını tahmin etmişler ve asimetrik etkilerin varlığına dair herhangi bir kanıtı ulaşamadıklarını ifade etmektedirler.

Turan ve Afsal (2020) 1974-2008 döneminde Türkiye’de cari açığın belirleyicilerini belirlemek amacıyla ARDL yöntemi ile finans hesabı, büyüme oranı, bütçe dengesi, petrol fiyatları, yatırımlar ve reel döviz kurlarının cari işlemler açığına etkilerini incelemişler ve reel petrol fiyatlarındaki artışın cari işlemler üzerinde negatif etkisi olduğunu tahmin etmişlerdir.

Petrol fiyatlarının dünyadaki diğer ülkelerin cari açığı üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar şu şekildedir.

Chuku vd. (2011) petrol fiyat şokları ile Nijerya’nın cari açığı arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla, 1970-2008 dönemine ait çeyreklik reel petrol fiyatları, cari açık/GSYH oranı, döviz kuru ve toplam talep açığı değişkenlerine yapısal VAR analizi uygulamışlardır. Çalışma sonucunda petrol fiyat şoklarının cari açık üzerinde kısa dönemde istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğunu belirlemişlerdir.

Huntington (2015) 1984-2009 döneminde 91 ülke için ham petrol ticareti ile bir ülkenin cari hesabı arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, net petrol ihracatının cari fazlaları açıklamada önemli bir faktör olduğunu, ancak net petrol ithalatının çoğu zaman cari açıkları etkilemediğini bulmuştur. Ayrıca, petrol ithalatçısı ülkeler arasında daha yüksek petrol ithalatının daha büyük cari hesap açıklarına katkıda bulunmasının nispeten zengin ülkeler için geçerli olduğunu belirlemiştir.

Gnimassoun vd. (2017) Kanada’da petrol fiyatları ve cari açık arasındaki ilişkinin yeniden incelenmesi amacıyla, işaret kısıtlatmalı zamanla değişen parametre vektörü otoregresif (TVP-VAR) modelini kullanmışlardır. Analiz sonucunda, petrol arz sokunun cari işlemler hesabı üzerinde anlamlı bir ilişkisi bulunmazken, talep şokunun zamanla artma eğiliminde olan pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca, petrol gelirlerini mal ithali için kullanım eğiliminin talep şoklarının cari işlemler hesabı üzerinde negatif bir etkiye yol açmasına neden olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Syzdykova (2017) petrol fiyat değişimlerinin BRIC ülkelerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkisini incelemek amacıyla, 1994-2016 dönemine ait çeyreklik petrol fiyatları ve cari işlemler dengesi değişkenlerine VAR analizi uygulamıştır. Çalışma sonucunda, petrol fiyatlarının BRIC ülkelerinin tamamının cari işlemler dengesi üzerinde önemli derecede açıklama gücü olduğunu belirlemiştir.

Longe vd. (2018) petrol fiyat dalgalanmaları ile Nijerya’nın cari açığı arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla, 1977-2015 dönemine ait petrol fiyatları, GSYH, nüfus artış oranı ve dış ticaret değişkenlerine ARDL modeli uygulamıştır. Analiz sonucunda, petrol fiyatlarının cari açığı kısa dönemde pozitif fakat istatistiksel olarak anlamsız, uzun dönemde ise negatif etkilediği bulunmuştur. Ayrıca, diğer değişkenlerden

sadece GSYH'nın cari açık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Sahoo vd. (2020) ham petrol ve altın ithalatının Hindistan'ın cari işlemler hesabı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada, 1980-2017 dönemi için doğrusal eşbütünleşme analizleri uygulamışlardır. Analiz sonucunda, Hindistan cari işlemler hesabının ham petrol ithalatından olumlu, altın ithalatından olumsuz etkilendiğine dair güçlü kanıtlar elde etmişlerdir. Ayrıca, petrol fiyatlarındaki artışın cari işlemler hesabını olumsuz etkilerken altın fiyatlarındaki artışın olumlu etkilediğini belirlemişlerdir.

Petrol fiyatları ile cari açık arasındaki ilişkinin araştırıldığı literatür incelendiğinde, genellikle petrol fiyatlarındaki artışın cari açığı arttırıcı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşıldığı görülmektedir.

4. Ekonometrik uygulama

Çalışmanın bu bölümünde, petrol fiyatlarının Türkiye'nin cari işlemler açığı üzerindeki simetrik ve asimetrik etkilerini incelemek karşılaştırmak amacıyla ekonometrik analiz uygulanacaktır. Analizde kullanılan veri seti 1995Q1-2021Q3 dönemine ait olup, değişkenlere ait bilgiler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Analizde kullanılan değişkenler

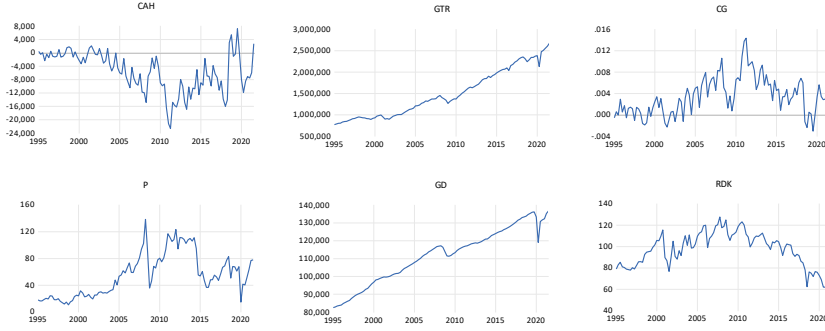
Değişken	Tanımı	Kaynak
CAH	Cari işlemler hesabı (\$)	Evds
GTR	Satın alma gücü partisine göre sabit (2015), mevsimsellikten arındırılmış GSYH (\$)	Stats.oecd
CG	Cari açığın GSYH'a oranı $(-CAH/GTR)^1$	Yazar tarafından hesaplanmıştır
GD	Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkelerin ² mevsimsellikten arındırılmış GSYH'lerinin ağırlıklandırılmış ortalaması (\$)	Stats.oecd
P	Ham petrol varil fiyatı (\$)	Evds
RDK	Reel Efektif Döviz Kuru-TÜFE Bazlı (2003=100)	Evds

Kullanılan değişkenlerin grafikleri Şekil 1'de verilmiştir.

¹ Sonuçların daha rahat yorumlanabilmesi için cari işlemler hesabı yerine cari açık kullanılmıştır.

² 2013-2022 döneminde Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkeler: ABD, Almanya, Belçika, Bulgaristan, Fransa, Hollanda, İngiltere, İspanya, İsrail, İsviçre, İtalya, Polonya, Romanya, Rusya ve Yunanistan

Şekil 1. Analizde kullanılan değişkenlere ait grafikler



Çalışmada kullanılan analiz periyodu çeyreklik olduğundan analize başlamadan önce değişkenler mevsimsellikten arındırılmıştır. Ayrıca, verilerdeki mevsimsel etkileri ortaya çıkarmak ve model içinde sapmalı tahmin etkisini kontrol etmek için mevsimsel kukla değişkenleri kullanılabilir. Böylece her çeyreklik dönem için herhangi bir mevsimsel dalgalanmadan dolayı eğer bir değişkendeki ortalama değişir ise çeyreklik kukla değişkenler bu ortalamadaki bu değişikliği ortadan kaldıracaktır. Bu nedenle, çeyreklik gölge (dummy) değişkenler dışsal değişken olarak eklenmiştir. Ayrıca, değişen varyans sorunuyla karşılaşmamak ve elde edilen sonuçların normalize edilebilmesi için P, GD ve RDK değişkenleri doğal logaritmaları alınarak analize dahil edilmiştir. Analizde kullanılacak olan doğrusal model aşağıdaki gibidir.

$$CG_t = C_0 + \beta_1 LP_t + \beta_2 LGD_t + \beta_3 LGTR_t + \beta_4 LRDK_t + \mu_t \quad (1)$$

Burada, β_i 'ler uzun dönem esnekliğini gösteren değişken katsayılarını, C_0 sabiti, t zamanı, μ ise hata terimini temsil etmektedir.

4.1. Birim kök incelemesi

Ekonometrik analizlerde seçilecek modeller değişkenlerin durağanlık durumlarına bağlıdır. Bu nedenle, kullanılacak modelin seçiminden önce değişkenlerin durağanlıklarının birim kök testleri aracılığıyla incelenmesi gerekmektedir. Durağanlık incelenmeden model seçilmesi durumunda sahte regresyon sorunuyla karşılaşılabilir. Zaman serisi analizlerinde kullanılan birçok birim kök testi bulunmaktadır. Literatürde bulunan testler genellikle serideki yapısal değişiklikleri göz önüne almamaktadır. Yapısal kırılma bulunan serilerde yapısal kırılmaları dikkate almayan testler kullanılması durumunda sapmalı sonuçlar elde edilebilmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada değişkenlerin durağanlığı Zivot Andrews yapısal kırılmalı birim kök testi aracılığıyla incelenmiştir. Test sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Zivot Andrews yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçları

Trend	Sabitli		Sabit ve trend		Sabit ve trend		Sadece trend	
spesifikasyonu	Sabitli		Sabitli		Sabit ve trend		Sadece trend	
Kırılma	Sabitli		Sabitli		Sabit ve trend		Sadece trend	
spesifikasyonu	Sabitli		Sabitli		Sabit ve trend		Sadece trend	
	t-istatistiği	Olasılık	t-istatistiği	Olasılık	t-istatistiği	Olasılık	t-istatistiği	Olasılık
CG (I(0))	-3.6183	0.3215	-4.2365	0.2383	-4.2406	0.3697	-3.6987	0.3029
CG (I(1))	-8.5756*	< 0.01	-8.6059*	< 0.01	-8.6550*	< 0.01	-8.0486*	< 0.01
LP (I(0))	-		-		-		-	
	4.2228***	0.0922	-5.3267**	0.0111	-5.3818**	0.0286	-4.7690**	0.0248
LGD (I(0))	-3.1069	0.6229	-3.8556	0.4647	-5.5780**	0.0166	-4.3890***	0.0731
LGD (I(1))	-29.4981*	< 0.01	-29.4981*	< 0.01	-16.0378*	< 0.01	-14.7001*	< 0.01
LGTR (I(0))	-1.7701	> 0.99	-3.6441	0.6011	-3.7382	0.6858	-3.5330	0.3873
LGTR (I(1))	-13.5863*	< 0.01	-13.5203*	< 0.01	-13.4662*	< 0.01	-11.4396*	< 0.01
LRDK (I(0))	-3.4049	0.4383	-3.4440	0.7260	-4.9802***	0.0814	-4.8464**	0.0196
LRDK (I(1))	-12.6253*	< 0.01	-12.8363*	< 0.01	-12.1395*	< 0.01	-12.2230*	< 0.01

Not: *, ** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

L operatörü değişkenin logaritması alındığını göstermektedir.

Birim kök testi sonuçlarından görüldüğü gibi CG değişkeni birinci dereceden durağan iken diğer değişkenlerin bir kısmı düzeyde durağan bir kısmı da birinci dereceden durağandır.

4.2. Değişkenler arasındaki ilişki

Ekonometrik analizlerde değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesinde kullanılan birçok model bulunmaktadır. Yukarıda belirtildiği gibi hangi modelin tercih edileceğine değişkenlerin durağanlık durumuna göre karar verilmektedir. Düzeyde durağan değişkenlerin oluşturduğu bir veri setine EKK (En Küçük Kareler) uygulanırken, birinci dereceden bileşik değişkenlerin oluşturduğu veri setine ise Engle-Granger (1987), Phillips-Ouliaris (1990) ve Johansen eşbütünleşme testi gibi testler uygulanmaktadır. Farklı dereceden durağan değişkenlerin oluşturduğu bir veri seti için ARDL (Auto Regressive Distributed Lag) modeli uygulanmaktadır. Bahsi geçen geleneksel modellerde, değişkenler arasında simetrik bir ilişki olduğu yani, bağımsız değişkendeki pozitif ve negatif değişikliklerin bağımlı değişkeni aynı oranda etkilediği varsayılır. Ancak gerçek hayatta bu durum nadiren gerçekleşmektedir. Bu soruna karşı, değişkenler arasındaki ilişkinin asimetrik olabileceği yani, bağımsız değişkendeki pozitif ve negatif değişimlerin bağımsız değişkeni farklı oranlarda etkileyebileceği hatta birinin etkisi anlamlı iken diğerinin anlamsız olabileceği varsayılmış ve buna uygun modeller geliştirilmiştir. Bu çalışmada, Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen ARDL modelinin asimetrik etkileri gözlemlemek için genişletilmiş hali olan NARDL (Nonlinear Auto Regressive Distributed Lag) modeli kullanılacaktır. Asimetrik etkilerin daha iyi anlaşılabilmesi için öncelikle ARDL modeli uygulanarak simetrik etkiler incelenecektir.

4.2.1. Simetrik ilişki (ARDL)

Yukarıda belirtildiği gibi literatürde kullanılan eşbütünleşme testleri değişkenlerin durağanlıkları hakkında varsayımlara sahiptir. Eşbütünleşme testlerinin çoğunluğunda değişkenlerin hepsinin I(0) veya hepsinin I(1) olduğu varsayılır. Farklı dereceden durağan olan değişkenler için sorun oluşturan bu duruma karşı Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen ARDL modeli çözüm olmuştur. Analizde kullanılacak olan doğrusal denklemin ARDL modeline uygun şekilde yazılması ile aşağıdaki denklem elde edilir.

$$\begin{aligned} \Delta CG_t = & \alpha_0 + \sum_{j=1}^n \alpha_{1j} \Delta CG_{t-j} + \sum_{j=0}^n \alpha_{2j} \Delta LP_{t-j} + \sum_{j=0}^n \alpha_{3j} \Delta LGD_{t-j} \\ & + \sum_{j=0}^n \alpha_{4j} \Delta LGTR_{t-j} + \sum_{j=0}^n \alpha_{5j} \Delta LRDK_{t-j} + \alpha_6 CG_{t-1} \\ & + \alpha_7 LP_{t-1} + \alpha_8 LGD_{t-1} + \alpha_9 LGTR_{t-1} + \alpha_{10} LRDK_{t-1} + u_t \end{aligned} \quad (2)$$

ARDL modeli iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşama yukarıdaki denklemin standart EKK ile hesaplanmasıdır. İkinci aşamada sınır testi kullanılarak Pesaran vd. (2001)'in F-istatistiğinin değerinin hesaplanmasıdır. F-istatistiği kullanılarak değişkenler arasında eşbütünleşmenin varlığına karar verilir. Burada, F-istatistiği sıfır hipotezi “değişkenler arasında eşbütünleşme yok” (yani, $\alpha_6 = \alpha_7 = \alpha_8 = \alpha_9 = \alpha_{10} = 0$) iken, alternatif hipotez “değişkenler arasında eşbütünleşme var” (yani, $\alpha_6 \neq \alpha_7 \neq \alpha_8 \neq \alpha_9 \neq \alpha_{10} \neq 0$) şeklindedir (Nusair, 2017: 6). Sınır testi sonucunda elde edilen F-istatistiğinin değeri anlamlılık düzeyinin sınır değerlerine göre incelenmektedir. Eğer F-istatistiğinin değeri alt sınır değerinden küçükse sıfır hipotezi reddedilemez, iki sınır değeri arasında ise bir yorum yapılamaz ancak eğer üst sınır değerinden büyükse, sıfır hipotezi bahsi geçen anlamlılık düzeyinde reddedilir. Analizde kullanılan değişkenlere uygulanan sınır testi Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. ARDL sınır testi

Sıfır hipotezi: değişkenler arasında eşbütünleşme yok	
F-istatistiği	Serbestlik derecesi
6.5651	4
%1 anlamlılık düzeyi kritik değerleri	
I (0)	I (1)
3.29	4.37

ARDL sınır testi sonuçları incelendiğinde F-istatistiğinin değerinin %1 anlamlılık düzeyinin üst sınır değerinden büyük olduğu görülmektedir. Bu ise F-istatistiğinin %1 düzeyinde anlamlı olduğunu yani, değişkenler arasında uzun

dönem ilişkisi olduğunu göstermektedir. Değişkenler arasında uzun dönem ilişkisinin varlığı belirlendikten sonra uzun dönem katsayıları incelenebilir. ARDL (2, 0, 0, 1, 0) modeli kısa ve uzun dönem katsayıları Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5. ARDL (2, 0, 0, 1, 0) modeli kısa ve uzun dönem katsayıları

Bağımlı değişken: CG				
Kısa dönem denklemi				
Değişken	Katsayı	Standart hata	t- istatistiği	Olasılık
CG(-1)	-0.354351*	0.061800	-5.733859	0.0000
LP	0.001035**	0.000415	2.492229	0.0144
LGD	-0.008377**	0.003930	-2.131572	0.0357
LGTR	0.003181**	0.001507	2.110945	0.0374
LRDK	0.003883*	0.001032	3.762765	0.0003
D(CG(-1))	0.296368*	0.090022	3.292181	0.0014
D(LGD)	0.013825*	0.004536	3.047742	0.0030
Q1	-0.000191	0.000320	-0.595661	0.5528
Q2	0.000119	0.000320	0.371316	0.7112
Q3	-5.50E-05	0.000319	-0.172492	0.8634
Uzun dönem denklemi				
Değişken	Katsayı	Standart hata	t- istatistiği	Olasılık
CointEq(-1)*	-0.3544*	0.0550	-6.4410	0.0000
Değişken	Katsayı	Standart hata	t- istatistiği	Olasılık
LP	0.0029*	0.0009	3.1106	0.0025
LGD	-0.0236**	0.0104	-2.2829	0.0247
LGTR	0.0090**	0.0041	2.2121	0.0294
LRDK	0.0110*	0.0030	3.7118	0.0003
C	0.0896	0.0683	1.3122	0.1927
$R^2 = 0.8906 \bar{R}^2 = 0.8790 F = 76.5896[0.000]$				
$\chi^2_{BG} = 1.1323[0.3267]$				
$\chi^2_{BPG} = 1.5441[0.1361]$				

Not: * ve **, sırasıyla %1 ve %5 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

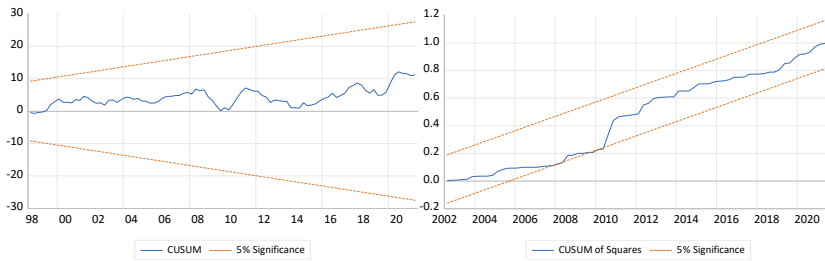
Tablo 5’te verilen kısa dönem katsayıları incelendiğinde, Türkiye'nin cari açığının petrol fiyatları, Türkiye'nin geliri ve reel döviz kurundan pozitif yönde etkilenirken, diğer ülkelerin gelirinden negatif yönde etkilendiği görülmektedir.

ARDL uzun dönem modeli sonuçlarına göre, hata teriminin katsayısı (-0.3544 [0.000]) negatif ve anlamlı çıkmıştır. Dolayısıyla, uzun dönem dengesi karardır, yani dengenin herhangi bir nedenle uzaklaşması durumunda uzun dönem dengesine otomatik olarak dönüşecektir. Modelin uygunluğu hakkında bilgi

veren istatistikler incelendiğinde, modelde değişen varyans ve serisel korelasyon gibi sorunların olmadığı görülmektedir.

Uzun dönem katsayıları incelendiğinde ise, cari açık üzerinde petrol fiyatları, Türkiye'nin GSYH'sı ve reel döviz kurunun pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı, diğer ülkelerin GSYH'lerinin negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Buna göre petrol fiyatları, Türkiye'nin GSYH'sı ve reel döviz kurunun artması cari açığın artmasına neden olurken, Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkelerin gelirlerinin artması cari açığın kapanmasına neden olacaktır. Bu beklenen bir sonuçtur. Petrol fiyatlarının artması, enerji ihracatının cari işlemler hesabında büyük yer kaplamasından dolayı cari açığı arttıracaktır. Bu sonuçlar beklenen sonuçlardır. Petrol fiyatlarının artması, enerji ihracatının cari işlemler hesabında büyük yer kaplamasından dolayı cari açığı arttıracaktır. Petrol fiyatlarının artışı kısa dönemde de benzer yönde cari açığın artmasına neden olmakta ama kısa dönemde bu etki daha küçük olarak gerçekleşmektedir. Türkiye'nin GSYH'sının artması durumunda refah seviyesi arttığı için tüketim ve dolayısıyla ithalat artacak ve cari açığın artmasına neden olacaktır. Reel döviz kurunun artması TL'nin değerlenmesi manasına geldiğinden, gözlemlenen bir artış sonucunda Türk malları uluslararası piyasada görece daha pahalı hale gelecektir. Bunun sonucunda, Türkiye'nin ihracatı azalacaktır ve dolayısıyla cari açık artacaktır. İhracat yapılan ülkelerin gelirlerinin artması durumunda, toplam talepleri ve Türk mallarına olan talepleri artacaktır. Dolayısıyla, Türkiye'nin ihracatı artacak ve cari açık kapanacaktır.

Şekil 2: ARDL için Cusum ve CusumSQ grafikleri



ARDL modeli ile elde edilen katsayıların istikrarlı olup olmadığını belirlemek için incelenen Cusum ve CusumSQ grafiklerinden görüldüğü gibi testlere ait grafikler %5 anlamlılık düzeyinin kritik sınırları içinde kaldığından, katsayıların kararlı olduğunu sonucuna ulaşılır.

Simetrik ilişkinin incelendiği, ARDL modeli sonucunda literatüre uygun beklenen sonuçlar elde edilmiştir. Ancak asimetrik ilişkinin yani bağımsız değişkenlerdeki artış ve azalışların etkilerinin farklı olabileceği konusunda bir bilgi olmadığı görülmektedir.

4.2.2. Asimetrik ilişki (NARDL)

Değişkenler arasındaki asimetrik ilişkinin incelenmesinde kullanılan non-linear ARDL (NARDL) yaklaşımı Shin vd. (2014) tarafından sunulmuştur. NARDL'yi formüle etme sürecinde, 2'nolu denklemde yer alan bağımsız değişkenler pozitif ve negatif değişikliklerini gözlemleyebilmek için iki ek seriye ayrılırlar (Qamruzzaman ve Jianguo, 2018: 8).

$$\begin{aligned} X_t^+ &= \sum_{l=1}^t X_l^+ = \sum_{l=1}^t \text{MAX}(\Delta X_l, 0) \\ X_t^- &= \sum_{l=1}^t X_l^- = \sum_{l=1}^t \text{MIN}(\Delta X_l, 0) \end{aligned} \quad (3)$$

Burada, X^+ ve X^- sırasıyla kullanılan X değişkeninin pozitif ve negatif değişimlerini temsil etmektedir. Bu iki seriyi kullanarak 2'nolu denklemde verilen ARDL modelinin non-linear formunu yazabiliriz.

$$\begin{aligned} \Delta CG_t &= \beta_0 + \sum_{j=1}^n \beta_{1j} \Delta CG_{t-j} + \sum_{j=0}^n \beta_{2j} \Delta LP_{t-j}^+ + \sum_{j=0}^n \beta_{3j} \Delta LP_{t-j}^- + \sum_{j=0}^n \beta_{4j} \Delta LGD_{t-j}^+ \\ &+ \sum_{j=0}^n \beta_{5j} \Delta LGD_{t-j}^- + \sum_{j=0}^n \beta_{6j} \Delta LGTR_{t-j}^+ + \sum_{j=0}^n \beta_{7j} \Delta LGTR_{t-j}^- \\ &+ \sum_{j=0}^n \beta_{8j} \Delta LRDK_{t-j}^+ + \sum_{j=0}^n \beta_{9j} \Delta LRDK_{t-j}^- + \gamma_0 CG_{t-1} \\ &+ \gamma_1^+ LP_{t-j}^+ + \gamma_1^- LP_{t-j}^- + \gamma_2^+ LGD_{t-j}^+ + \gamma_2^- LGD_{t-j}^- + \gamma_3^+ LGTR_{t-j}^+ \\ &+ \gamma_3^- LGTR_{t-j}^- + \gamma_4^+ LRDK_{t-j}^+ + \gamma_4^- LRDK_{t-j}^- + u_t \end{aligned} \quad (4)$$

Burada, β_i 'ler kısa dönem esnekliklerini, γ_i 'ler uzun dönem esnekliklerini ve n uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir (Qamruzzaman ve Jianguo, 2018: 8). Shin vd. (2014) sınır testi ile değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisinin teyidinin Pesaran vd. (2001) tarafından önerilen F-istatistiği (Wald testi) ve kritik değerlerin karşılaştırılması ile yapılabileceğini belirtmişlerdir. Sınır testinin sıfır hipotezi ise "değişkenler arasında uzun dönem ilişkisi yok" (yani, $\gamma_0 = \gamma_1^+ = \gamma_1^- = \gamma_2^+ = \gamma_2^- = \gamma_3^+ = \gamma_3^- = \gamma_4^+ = \gamma_4^- = 0$) şeklindedir (Shin vd., 2014: 290-291).

Klasik ARDL modeline benzer şekilde NARDL modelinin sınır testinde F-istatistiğinin değeri alt sınır değerinden küçük ise sıfır hipotezi reddedilemez, iki sınır değeri arasında ise bir yorum yapılamaz eğer üst sınır değerinden büyük ise, sıfır hipotezi bahsi geçen anlamlılık düzeyinde reddedilir. Analizde kullanılan değişkenlere uygulanan sınır testi Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. NARDL sınır testi sonuçları

Sıfır hipotezi: değişkenler arasında eşbütünleşme yok	
F-istatistiği	Serbestlik derecesi
5.2019	8
%1 anlamlılık düzeyi kritik değerleri	
I (0)	I (1)
2.93	4.06

Sınır testi sonucunda, F-istatistiğinin %1 anlamlılık düzeyinin üst sınır değerinden büyük olduğu ve dolayısıyla sıfır hipotezinin reddedildiği ve değişkenler arasında uzun dönem ilişkisi olduğu görülmektedir. Değişkenler arasında uzun dönem ilişkisinin varlığı belirlendiğine göre, uzun dönem katsayıları incelenebilir. NARDL (2, 2, 0, 0, 0, 0, 0, 0) modeline ait kısa ve uzun dönem katsayıları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. NARDL (2, 2, 0, 0, 0, 0, 0, 0) modeli kısa ve uzun dönem katsayıları

Bağımlı değişken: CG

Kısa dönem denklemi

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık
C	-8.30E-05	0.000483	-0.171726	0.8641
@TREND	-0.000447*	0.000152	-2.947546	0.0041
CG	-0.359207*	0.063515	-5.655454	0.0000
LP+	0.002764*	0.000906	3.051211	0.0030
LP-	-0.000915	0.000761	-1.203214	0.2322
LGD+	-0.012359***	0.006380	-1.937332	0.0559
LGD-	0.037164**	0.016650	2.232079	0.0282
LGTR+	0.017763*	0.006453	2.752769	0.0072
LGTR-	-0.000884	0.006179	-0.143043	0.8866
LRDK+	0.005442*	0.001479	3.680110	0.0004
LRDK-	0.005226*	0.001360	3.842649	0.0002
D(CG(-1))	0.215276**	0.091424	2.354693	0.0208
D(LP+)	0.005270*	0.001289	4.088308	0.0001
D(LP+(-1))	0.002152**	0.000976	2.205830	0.0300
Q1	-0.000184	0.000311	-0.591372	0.5558
Q2	0.000219	0.000314	0.697350	0.4874
Q3	0.000113	0.000314	0.358494	0.7208

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık
CointEq(-1)	-0.3592*	0.0474	-7.5763	0.0000

Uzun dönem denklemi

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık
LP+	0.0077*	0.0024	3.1451	0.0023

LP-	-0.0025	0.0023	-1.1189	0.2663
LGD+	-0.0344***	0.0182	-1.8923	0.0618
LGD-	0.1035**	0.0507	2.0415	0.0442
LGTR+	0.0495*	0.0187	2.6462	0.0097
LGTR-	-0.0025	0.0172	-0.1427	0.8869
LRDK+	0.0151*	0.0042	3.5761	0.0006
LRDK-	0.0145*	0.0040	3.6178	0.0005
@TREND	-0.0012*	0.0004	-2.7736	0.0068

$$R^2 = 0.9040 \quad \bar{R}^2 = 0.886450 \quad F = 51.2557[0.000]$$

$$\chi^2_{BG} = 0.7777[0.4627]$$

$$\chi^2_{BPG} = 0.9515[0.5155]$$

Not: *, ** ve ***, sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Tablo 7’de verilen kısa dönem katsayıları incelendiğinde, Türkiye'nin cari açığının petrol fiyatlarının sadece artışından pozitif yönde, diğer ülkelerin gelirlerinin hem artış hem de azalışında farklı oranlarda olmak üzere negatif, Türkiye'nin gelirinin a sadece artışından pozitif ve reel döviz kurunun artış ve azalışından farklı yönlerde ancak yaklaşık aynı oranda etkilendiği görülmektedir. Buna göre, kısa dönemde petrol fiyatları, diğer ülkelerin geliri ve Türkiye'nin gelirinin asimetrik bir etkisi bulunurken, reel döviz kurunun simetrik bir etkisi olduğu söylenebilir.

Uzun dönem katsayılarının anlamlı olduğunu belirlemek için ARDL modelinde olduğu gibi hata teriminin katsayısı incelenmektedir. Tabloya göre hata teriminin katsayısı negatif ve anlamlı (-0.3592 [0.000]) çıkmıştır. Dolayısıyla, bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki uzun dönem dengesinden herhangi bir sapma olması durumunda, sistem kendiliğinden tekrar denge noktasında dönecektir. ARDL modeline benzer şekilde modelin uygunluğunu testler yardımıyla incelendiğinde, serisel korelasyon ve değişen varyans sorunlarıyla karşılaşılmamıştır.

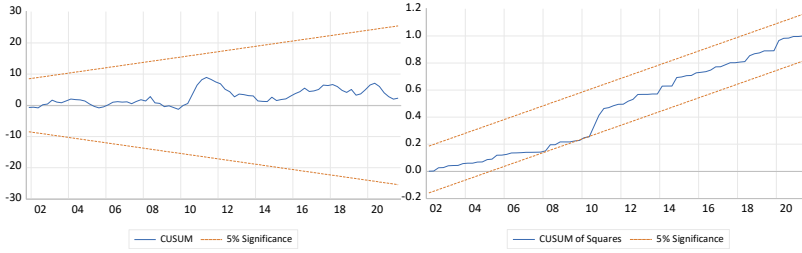
Uzun dönem katsayıları incelendiğinde ise, LP ve LGTR değişkenlerindeki pozitif değişimler, LGD ve LRDK değişkenlerindeki hem pozitif hem de negatif değişimlerin CG değişkeni üzerinde anlamlı etkiye sahip oldukları görülmektedir. LP ve LGTR değişkenlerindeki pozitif değişimler CG değişkeninin artmasına neden olmaktadır. Yani, ham petrol fiyatlarındaki %1’lik bir artış CG’nin %0,7 oranında artmasına ve Türkiye’nin milli gelirindeki %1’lik bir artış CG’nin %4 oranında artmasına neden olmaktadır. Fakat bu iki değişkendeki düşüşler cari açık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Kısa dönemde ise petrol fiyatlarının artışı uzun dönem etkisinden daha az büyüklükte (%0,2) cari açığın artmasına neden olmakta petrol fiyatının azalması da yine uzun

dönem etkisine benzer biçimde, katsayı anlamsız olduğu için, cari açığı etkilememektedir.

Asimetrik etkileri ölçen NARDL sonuçlarını simetrik modeli temsil eden ARDL sonuçları ile mukayese etmek politika önerileri açısından anlamlı farklılıklar ortaya çıkarmaktadır. Örneğin ARDL modeline göre petrol fiyatlarında %1'lik artış CG değişkenini yaklaşık binde 3 artırırken azalma ise yine aynı oranda yani simetrik olarak azaltmaktadır. Ancak NARDL sonucuna göre petrol fiyatlarında %1'lik artış CG değişkenini ARDL sonucuna göre oldukça farklı bir şekilde yaklaşık binde 8 artırırken petrol fiyatlarındaki azalma ise etkilememektedir. Bu sonuçlar petrol fiyatlarındaki artış ve azalışlarının cari açığa farklı ve asimetrik bir etkisinin olduğu anlamına gelir. Buna göre petrol fiyatlarındaki düşüş olduğunda cari işlemler açığına istatistiki olarak anlamlı bir etkisi bulunmadığından politika önerisi sunulmayacak ancak petrol fiyatlarının artışı durumunda cari işlemler hesabının daha fazla olumsuz etkisini giderilmesi için politika önerisi sunulması gerekecektir. Bu politika önerileri örneğin gerekli para politikaları ve ithal enerjiye bağımlılığın azaltılması için yapısal önlemler olabilir.

LGD ve LRDK değişkenlerindeki artışlar CG değişkenini sırasıyla negatif ve pozitif etkilemektedir. Yani, Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkelerin gelirinin artması durumunda cari açık azalırken, reel döviz kurunun artması yani TL'nin değerlenmesi durumunda cari açık artmaktadır. Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkelerin gelirlerinin %1 oranında artması durumunda CG değişkeni %3 oranında azalırken, reel döviz kurunun %1,5 oranında artması durumunda CG değişkeni aynı oranda artacaktır. Bu iki değişkendeki negatif değişimlerin katsayısı pozitif çıkmıştır. Yani, bu iki değişkende görülecek düşüşler cari açığın azalmasına neden olacaktır. Diğer ülkelerin gelirlerinde yaşanacak %1'lik bir düşüş CG'nin %10 oranında azalmasına neden olurken, reel döviz kurunda görülecek %1'lik bir değer kaybı CG'nin %1,4 oranında azalmasına neden olacaktır. TL'nin değer kaybetmesi durumunda Türk malları uluslararası piyasada görece ucuz hale geleceğinden, Türkiye'nin ihracatı artacaktır ve bu durum cari açığın kapanmasına neden olacaktır. Çalışmadaki en çarpıcı sonuçlardan birisi olan Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkelerin gelirinde düşüş yaşanması durumunda cari açığın kapanması ise geliri düşen ülkelerin Türkiye'den ihracatını arttırdığını göstermektedir. Bunun nedeni olarak Türkiye'den ithal ettikleri malların düşük mallar olduğu ve gelirlerinin azalması durumunda ithalatlarını arttırmaları gösterilebilir.

Şekil 3: NARDL için Cusum ve CusumSQ grafikleri



ARDL modelinde olduğu gibi NARDL modeli ile elde edilen katsayıların istikrarlı olup olmadığını belirlemek için incelenen Cusum ve CusumSQ grafiklerinden görüldüğü gibi testlere ait grafikler %5 anlamlılık düzeyinin kritik sınırları içinde kaldığından, katsayıların kararlı olduğunu sonucuna ulaşılır.

5. Sonuç

Shin vd. (2014)'nin geliştirdiği asimetrik etkileri hesaba katan modele uyarak bu çalışmada Türkiye'deki cari işlemler hesabındaki açıklar ile bunu etkileyen en önemli faktör olan petrol fiyatları ve diğer makroekonomik değişkenler arasında hem uzun hem de kısa dönemde asimetrik ilişkileri modelleyebilen doğrusal olmayan dinamik bir model ile tahmin edilmeye çalışılmıştır. Doğrusal olmayan ARDL sonuçlarına göre, petrol fiyatlarında artış cari işlemler açığında bozulmaya neden olur iken petrol fiyatlarındaki azalma cari işlemlerde istatistiki olarak anlamlı bir etki yaratmamaktadır. Bu sonuçlar petrol fiyatlarındaki artış ve azalışlarının uzun dönemde cari açığa farklı ve asimetrik bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

Türkiye'deki cari açığı etkileyen faktörlerden en önemlisi sayılabilecek petrol fiyatlarındaki değişimlerin cari işlemler hesabını nasıl etkilediğine dair doğrusal ve simetrik çalışmalar oldukça fazladır. Ancak çalışmamız, doğrusal olmayan ve asimetrik etkileri inceleyen Yalta ve Arag (2017) ve Turan ve Özer (2019) çalışmalarından farklı olarak çalışmamızda petrol fiyatlarındaki artış ve azalışların sadece kısa dönemde değil aynı zamanda uzun dönemde de varlığını sunan kanıtlar ortaya koymaktadır. Diğer petrol bağımlısı olan ve gelişmekte olan ülkeler gibi Türkiye'de uzun vadede petrol fiyat şoklarına karşı kırılgan hale gelen cari işlemler hesabı değişikliklerine karşı asimetrik politikalar geliştirilmesi sonucuna ulaşıldığı söylenebilir.

Kaynakça

1. Aytemiz, T., & Şengönül, A. (2008). Regression tree analysis of effects of energy prices on Turkish current account deficit. *Iktisat Isletme ve Finans*, 23(269), 94-109.
2. Başarır, Ç., & Erçakar, M. E. (2016). An analysis of the relationship between crude oil prices, current account deficit and exchange rates: Turkish experiment. *International Journal of Economics and Finance*, 8(11), 48-59.
3. Bozgeyik, Y., & Kutlu, A. (2019). Türkiye’de cari açığın belirleyicileri: 1992-2017 dönemi için ampirik çalışma. *Maliye dergisi*, 176, 1-26.
4. Chuku, C. A., Akpan, U. F., Sam, N. R., & Effiong, E. L. (2011). Oil price shocks and the dynamics of current account balances in Nigeria. *OPEC Energy Review*, 35(2), 119-139.
5. Coatsworth, J. H. (2004). *Globalization, growth, and welfare in history*. Globalization: Culture and education in the new millennium, 38-55.
6. Engle, R. F., & Granger, C. W. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 55(2), 251-276.
7. Gnimaassoun, B., Joëts, M., & Razafindrabe, T. (2017). On the link between current account and oil price fluctuations in diversified economies: The case of Canada. *International Economics*, 152, 63-78.
8. Güngör, S., Sönmez, L., Korkmaz, Ö., & Karaca, S. S. (2016). Petrol fiyatlarındaki değişimlerin Türkiye’nin cari işlemler açığına etkileri. *Maliye ve Finans Yazıları*, (106), 29-48.
9. Huntington, H. G. (2015). Crude oil trade and current account deficits. *Energy Economics*, 50, 70-79.
10. Karabulut, G., & DANIŞOĞLU, A. Ç. (2006). Türkiye’de cari işlemler açığının büyümesini etkileyen faktörler. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 47-63.
11. Kucukefe, B. (2019). Energy Price Shocks and Dynamics of Current Account in Turkey: Is This Time Different?. *PressAcademia Procedia*, 9(1), 231-235.
12. Longe, A. E., Adelokun, O. O., & Omitogun, O. (2018). The current account and oil price fluctuations nexus in Nigeria. *Journal of competitiveness*, 10(2), 118.
13. Nusair, S. A. (2017). The J-Curve phenomenon in European transition economies: A nonlinear ARDL approach. *International Review of Applied Economics*, 31(1), 1-27.

DÖVİZ PİYASASI VE DÖVİZ PİYASASI BASKI ENDEKSİ YAKLAŞIMLARI

Şirin Aşkar¹

Doç. Dr. Hakan Eryüzlü²

¹*İskenderun Teknik Üniversitesi, ORCID: 0000-0003-1169-6093*

²*İskenderun Teknik Üniversitesi, ORCID: 0000-0003-3715-0021*

1. DÖVİZ VE DÖVİZ PİYASASI BASKI ENDEKSİ

Ülkelerin dış ticaret işlemlerinde uluslararası işlemlerden dolayı yabancı para gereksiniminin ortaya çıkardığı döviz kuru kavramının doğru şekilde yönetilmesi ve geliştirilmesi oldukça önemlidir. Bu doğrultuda döviz kuru, “*bir ülke parasının, bir diğer ülke parası cinsinden değeri ya da fiyatı*” (Dinler, 2000) şeklinde ifade edilmektedir. Ülkeler, özellikle ticari ve mali işlerde ulusal para birimlerinin yabancı para birimleri karşısındaki değerlenme oranına karşılık sistemi korumaya alabilmek amacıyla döviz kuru sistemlerinden yararlanılmaktadır. Ülkeler için söz konusu olan ekonomik göstergeler ve değişkenler incelenirken hem döviz kurunda meydana gelen değişiklikler hem de döviz rezervlerinin durumu analizlere eklenmekte ve sonuçlar bu duruma göre yorumlanmaktadır. Ekonomik göstergelerin ve döviz rezervlerinin mevcut durumunun söz konusu bu analizlere dahil edilmemesi durumunda gerçekleştirilen çalışmaların eksik ya da yanlış neticeler vermesi neticesi ortaya çıkacaktır. Ortaya çıkan eksik ya da yanlış değerlendirmelerin etkisi ise tek başına dikkate alınabileceği gibi birlikte de değerlendirilebilmektedir. Bu doğrultuda bu noktada döviz kuru değişkenlerinin ve döviz rezervlerinin etkilerini birlikte değerlendirmeyi sağlayan döviz piyasası baskısı (DPB) değişkeni kullanılmaktadır. Döviz piyasası baskısı hem döviz kurlarında hem de döviz rezervlerinde meydana gelen toplam değişimi ifade etmektedir.

1.1. Döviz Kuru Sistemleri

1.1.1. Sabit Kur

Sabit kur sistemi, merkez bankasının eli ile bir ülke parasının istenilen ülke parasına bağlanması olarak ifade edilmektedir. Bu kur sisteminde, döviz arz ya da talebi önemli değildir. Hükümetin belirlemiş olduğu kur sistemi dışına çıkılması, merkez bankasının eşi olmadan olması mümkün değildir. Bu sistemde, devletin belirlemiş olduğu kur sisteminin dışına çıkarılması da pek mümkün olmayabilmektedir. Bazı dönemlerde denge düzeyin korunması amacıyla, kur oranlarında değişiklik yapılabilir. Söz konusu bu değişiklikler hükümet eli ile gerçekleşmektedir. Yerli para gerçek denge durumundan farklılaştığında, Merkez bankası ya da hükümet dışardan bir müdahale ile resmi kur değerinde oynama yapabilmektedir. Bu kur sisteminde yer alan ulusal paranın değerinin düşürülmesine devalüasyon, paranın değerinin yükseltilmesine de revalüasyon olarak adlandırılmaktadır (Kardaşlar, 2013).

Sabit kur sisteminde, merkez bankası hem alıcı hem de satıcı role bürünerek piyasa dengesine müdahalede bulunmaktadır. Bu müdahaleyi yapabilmek için merkez bankasının elinde kambiyo istikrar fonu olarak nitelendirilen altın ve döviz rezervinin bulunması gerekmektedir. Bunun yanı sıra merkez bankası kur sabitini devam ettirebilmesi amacıyla ödemelerden ve bilançodan açık vermemesi gerekmektedir. Açık vermesi dâhilinde bu sefer merkez bankası elinde olan altın ve

döviz rezervlerine kaybedebilmektedir (Gedik, 2014). Bunun yanı sıra merkez bankası piyasada olan kuru sabit tutmak isterse de bu sefer piyasadaki serbestliği kaldırarak döviz kontrol sistemine geçebilmektedir (Ordu, 2013).

1.1.2. Esnek Kur

Esnek kur sistemi sabit kur sisteminden farklı olarak merkez bankasının müdahale etmediği, kurun piyasanın hareketleri sonucunda belirlendiği sistemdir. Sistemin işleyişi oldukça basit olmakla birlikte, piyasaya herhangi bir müdahale olmadığı için denge kendi içerisinde sağlanmış olmaktadır (Gök, 2006). Esnek döviz kur sisteminde, yerli paranın döviz karşısındaki değeri ya ad kaybı herhangi bir el olmadan sağlanacağı için otomatik olarak düzenlenmektedir. Esnek döviz kur sistemi tam olarak serbest piyasanın dövizde endekslenme biçimi olarak ifade edilebilmektedir (Ulaş, 2010). Esnek kur sistemin avantajlarına baktığımızda, dış piyasaya göre endekslediğinden, ani şok ve değişimlere karşı dirençlidir. Kur sistemi serbest olduğu için, piyasada oluşan değişimlere karşı kolayca uyum sağlanmasına olanak tanımaktadır. Bir diğer avantajı ise ticari alanda, kurun değer kazanmasıyla ödemeler bakımından sorun yaşanmaması ve piyasada güçlü olarak ticari rekabet sağlayabilmesidir. Esnek kur sisteminin dezavantajları ise: kur sabit bir eğri göstermeyebilmesi ve dış ülkelerden enflasyon da aynı zamanda ithal edilmiş olunmasıdır. Esnek kur sistemine kıyasla risk oranı ve algısı da arttırıcı bir role sahiptir.

1.1.3. Alternatif Döviz Kuru Sistemleri

Serbest dalgalanma (Free float)

Bu kur sisteminde yerli paranın değeri, serbest piyasa tarafından belirlenmektedir. Döviz piyasasına gerçekleştirilen müdahaleler bu yüzden para piyasasını değil, yerli paranın döviz piyasası içerisinde oluşan ani dalgalanmaları engelleyebilmek amacıyla ya da daha yumuşatmak için yapılmaktadır. Bu döviz sisteminde para politikası daha etkin kılındığı için ülkenin sahip olduğu döviz rezervlerini de azaltmaktadır. Serbest dalgalanma kur sisteminde dış ticari ve ekonomik belirsizlikleri arttırıp risk oluşturmaları bakımından kaynakların dağılışı negatif bağlamda etkileyebilmektedir. Ayrıca serbest halde dalgalanabilen kur özelliği ile yüksek enflasyona hazır bir zemin oluşturabilmektedir.

Gözetimli dalgalanma (Managed float)

Gözetimli dalgalanma kur sisteminde, daha önceden belirlenmiş kur politikaları ile parasal otoriteler, hükümet ya da Merkez bankası müdahale edebilmektedir. Dışarıdan müdahale eden bu otoriteler, ekonomik analiz verileri ile yapacakları müdahalelere karar verirler. Yapılacak olan müdahale programları, önceden belirlenip açıklandığı için, ülkede ekonominin hareket alanlarına kısıtlama getirmemesi yönünden avantajlıdır. Buna ek olarak serbest dalgalanma kur sisteminin yol açtığı belirsizliği ve riskleri de minimaliz edecek etkiler sağlar.

Dezavantajlı olarak, kesin kurallardan yoksun olması bakımından bazı zamanlar farklı çelişkileri de beraberinde getirebilmektedir. Ülkelerin kendi çıkarları için yapmış oldukları hamleler serbest piyasa içerisinde başka bir ülkenin kötü etkilenmesine neden olabileceği için bu kur sistemi bu yönüyle “kirli dalgalanma” adı ile de anılır (Şahinbeyoğlu ve Özdemir, 2000).

Aralık içinde dalgalanma (Floating within a band)

Aralıklı dalgalanma sisteminde, belirlenmiş olan kur aralığı içerisinde serbest halde dalgalanmaya müsaade edilmektedir. Bu kur sistemi hem serbest hem de esnek kur sisteminin kompoze edilmesi gibidir. Bu kur sistemi sayesinde belirlenen aralıklar sayesinde dış piyasadan kaynaklı olarak oluşabilecek belirsizlikleri de azaltabilmektedir. Bu sistem içerisinde en önemli nokta aralığın doğru şekilde belirlenebilmesidir. Çok dar aralıklarda belirlenen kur sistemi, istikrarsız ve dalgalanmalara açık bir kur politikasına dönüştürebilmektedir.

Kaygan aralık (Sliding band)

Kaygan aralık sisteminde belirlenmiş merkezi bir kur sabiti mevcut değildir. Merkezi kur değeri belirli aralıklarda ve sürelerde ayarlanmaktadır. Bu kur sistemi genelde yüksek enflasyona sahip olan ekonomik yapılarda kullanım alanı olan bir sistemdir. Bu kur sistemi sayesinde, kurun aşırı yükselişinin önüne geçilmesi amaçlanır; ancak bu sistemde kur ayarını sür ve sıklığının belirsizliği piyasa içerisinde belirsizlik doğurabilmektedir.

Yönlendirilmiş sabit aralık (Crawling band)

Yönlendirilmiş sabit aralık kur sisteminde ülke parası daha önce belirlenmiş kur içerisinde dalgalanmaktadır. Sabit olarak belirlenmiş değer aralığı, ekonomik gösterge ve verilerden alınmış değerler bağlamında belirlenmektedir. Uygulamada kullanılan aralık sistemi sabit kur sisteminden farklı şekilde önceden belirlenmiş esnek aralıklarda değerler alabilmesidir. Bu kur sisteminde gerekli olan değişimler, bir anda değil önceden ayarlanmış kur sistemleri içerisinde yapılır. Bu sayede oluşabilecek dalgalanma limitleri de önceden ayarlanmış aralık içerisinde olabilmektedir. Yapılan aralıklı ayarlamalar sayesinde, kur sisteminde oluşan spekülasyonlu değişimler engellenebilmektedir. Bu kur sisteminin en büyük dezavantajı, uygulanan faiz politikalarının kurları desteklemesi gerektirdiğidir. Bu yüzden ekonominin yararına kullanılabilecek faizler istenildiği gibi kullanılamamaktadır (Özdemir, 2000).

Yönlendirilmiş sabit parite (Crawling peg)

Uygulanan bu kur sisteminde yerli para değeri sabitlenmektedir. Sabitlenen bu değer, ülkenin seçilmiş ekonomik göstergeleri baz alınarak ayarlanmaktadır. Bu kur sistemi yönlendirilmiş sabit aralık sistemiyle karşılaştırdığında daha katı bir

uygulama alanı oluşturduğu görülmektedir. Bu kur sisteminde gerekli görülen reaksiyonlar bir anda değil, önceden belirlenmiş planlar ve aralıklar temelinde yapılmaktadır.

Ayarlanabilir sabit kur sistemi (Fixed-but-adjustable exchange rate)

Bu kur sisteminin bir diğer adı Bretton Woods'dur. Bu sistemde kur sabit şekilde tutulmaktadır. Belirlenen kur değeri, sabit olmak zorunda değildir. Parasal otorite daimî olarak sabit olmak zorunda değildir. Belirlenen ekonomik politikalara bağlı olarak da istenildiği şekilde değiştirilebilmektedir. Bu sistem sayesinde, serbest piyasanın ve dış ticaretin ortaya çıkarabildiği belirsizlikleri azaltıp, ekonomik istikrar planlanmasını sağlar. Bir diğer yandan olumsuz olarak, bu devalüasyon aynı zamanda yüksek spekülasyonlara da neden olup, ekonomik krize de neden olabilmektedir.

Para kurulu (Currency board)

Bu kur sistemi belirlenmiş olan belli bir para sisteminin yerli para ile olan değişimlerini sabit kura bağlanma şeklidir. Bir dizi yasal düzenlemelere de ihtiyaç duyulur bu yüzden. Bu sistemde yerli para, seçilmiş olan dövizle entegre olduğu için ülkede yalnızca yabancı para girişi karşılığında para basılmaktadır. Bu sistemde Merkez bankasına ihtiyaç duyulmadığı için, varlığına son verilir. Sistemin işleyiş ve uygulanışı kolay olmak ile para ve maliye politikalarına istikrar kazandırması, faizleri birleştirmesi gibi ekstra faydaları bulunur. Bununla beraber bazı dezavantajlı yönleri de bulunur. Bu kur sisteminde temel dinamikler para etrafında döndüğü için, bankalar da daha etkin hale gelir. Merkez bankası fonksiyonel olarak işlevlerini kaybedip, nominal kur sistemi esnekliğini de kaybedebilmektedir. Bu sistemin uygulanması için güçlü yapıda kamu finansları, yeterli miktarda döviz gibi kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır (Şahinbeyoğlu ve Özdemir, 2000).

Tam dolarizasyon (Full dollarization)

Tam dolarizasyon sistemi tam olarak, yerli parasal bağımsızlığa son vermekte ve bir başka ülkenin kullanmış olduğu para birimini kullanmaktadır. Parasal disiplin hâkim olduğu için güvenilirliği de yüksektir. İstikrarı olmayan döviz kurunu da yok etmeyi sağlar.

2. Finansal Baskı ve Finansal Baskının Alt Bileşenleri

Finansal baskı, finansal piyasaların ve finansal aracılık faaliyetlerinin optimum şekilde işleminin sektöre uğraması şeklinde ifade edilebilmektedir (Elekdağ vd., 2010). Finansal baskı kavramı, aşırı değerleri kriz olarak nitelendirilen bir önemli değişkendir. Finansal yapıdaki dış odaklı krizlerin ve kırılmalıkların birleşimi ile meydana gelen finansal baskının seviyesi, krizin büyüklüğü ve piyasaların kırılmalıklık boyutu ile belirlenmektedir (Yavuz, 2019).

Finansal baskı kavramının barındırdığı iki aktarım kanalı bulunmaktadır. Söz konusu bu kanallar, ticaret ve finans kanalları olarak ifade edilmektedirler. Bu kanallar vesilesiyle baskı aktarımı yaygınlaşabildiği gibi söz konusu bu yaygınlaşma ülkesel koşullara göre de değişkenlik gösterebilmektedir. Bu doğrultuda finansal baskı belirtilerinin iyi gözlemlenmesi gerekmektedir. Finansal baskı belirtileri aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir (Yavuz, 2019):

- Varlıkların ana değerleri ile ilgili olarak artan belirsizlik durumu
- Yatırımcıların davranışları ile ilgili olarak artan belirsizlik durumu
- Asimetrik bilgede yaşanan artış durumu
- Risk içeren finansal varlıkları tutma isteğindeki azalış durumu
- Likit olmayan varlıkları tutma isteğindeki azalış durumu

En genel ifadesiyle finansal baskı, finans piyasalarındaki seyreden normal gidişatta yaşanan bir kesinti olarak açıklanmaktadır. Finansal baskı, kırılğan şeklindeki görülen bir finansal yapının ve şokların neticesi kabul edilip, risk ve belirsizlik durumlarında artış gösteren önemli bir göstergedir (Çalışkan, 2021).

Bir finansal sistemin etki altında kaldığı finansal baskının birden çok alt bileşeni söz konusudur. Burada varolan alt bileşenler farklı zamanlarda finansal piyasalar üzerinde birbirinden farklı baskı seviyeleri oluşturabilmektedirler. Oluşan bu finansal baskının alt bileşenleri bir değişkende toplanarak dönemler ve ülkeler arasında belirli bir kıyaslama yapılabilir. Söz konusu bu endekslerin literatürde en kabul göreni ise Cardelli vd. tarafından geliştirilmiş olan finansal baskı endeksidir (Elekdağ vd., 2010). Bu doğrultuda finansal sistemdeki baskıyı en sağlıklı şekilde ölçebilmek için finansal baskı endeksinin de alt bileşenleri bulunmaktadır. Söz konusu bu alt bileşenler aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir:

- Döviz piyasası baskı endeksi
- Ülkelerin kredi riskinin ölçülebilmesi için oluşturulan getiri farkları
- Hisse senedi getirileri
- Hisse senedi getirilerine ilişkin belirsizlik algılamaları
- Bankacılık sektörü riskini ölçebilen “beta” değeri

Yukarıda ifade edilen bütün bu alt bileşenler endeksin hesaplanabilmesi maksadıyla bir araya getirilerek finansal baskı endeksini meydana getirmektedir.

Finansal baskının literatürde kullanılan baskı bileşenlerinden en önemlileri aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir (Çalışkan, 2021):

• **Para Piyasası:** Finansal sistemlerdeki likidite göstergesi olarak kabul edilen para piyasasında gelişen alış ve satış fiyatları arasındaki farklar, bankalar açısından önemli bir kısa vadeli fon kaynağı oluşturduğundan finansal sistemde bozulmaların meydana gelmesine sebebiyet vermektedir. Finansal baskının artışı

ile para piyasasının likidinin olmadığı anlaşılabileceğinden para piyasasındaki alış ve satış farkları önemli bir alt bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır.

• **Tahvil Piyasası:** Ülkelerin ekonomik ve siyasal durumları yakından ilgilenen yatırımcıların kısa vadeli sermaye akımlarını idare eden risk algılarında meydana gelen değişimler, özellikle gelişmekte olan ülkelerde finansal baskının önemli birer göstergesi olarak kabul edilmektedirler.

• **Bankacılık:** Sağlam ve sağlıklı bir şekilde ilerleyen finansal sektör, reel ekonomi için oldukça gerekli olan bir unsurdur. Bankacılık anlamında finans sektörü hane halklarına ve işletmelere kredi sağlamada, ödeme sistemleri ve fon transfer işlemlerinde ve potansiyel olarak söz konusu olabilecek riskleri yönetmede oldukça etkilidir. Ekonomi sistemi içinde zayıf bir bankacılık sistemi her zaman krizler için risk kaynağı olarak görülmektedir. Bu doğrultuda bankacılık sisteminin özünü de barındıran bir finansal baskı krizinin meydana gelmesiyle piyasada oluşan kayıpların erken belirlenmesi, sermayenin hızlıca eski seviyesine getirilmesi önlemleri finansal sistemdeki baskının azaltılmasına yardımcı olabilmektedir.

• **Hisse Senedi Piyasası:** Hisse senedi kaynaklı finansal baskı, piyasa endekslerinde keskin ve ani düşüşlerin neden olduğu önemli kayıplar olarak ifade edilmektedir. Hisse senetlerinde oluşan finansal baskı ve krizler piyasa katılımcılarının panik halindeki ani satışlarından veya çeşitli ekonomik nedenlerden kaynaklanabilmektedir. Hisse senetleri özelinde en yaygın olarak kullanılan ölçütler hisse senedi getirileri ve volatilité olarak ifade edilebilmektedir.

• **Döviz Kuru Piyasası:** Döviz kurundan kaynaklı olarak gelişen krizler faiz oranı artışları, devalüasyon veya rezervlerde gözlenen kayıplar en genel şekilde ifade edilmektedir. Gelişmekte olan ülkeler kapsamında bir değerlendirme gerçekleştirildiğinde döviz kuru riski, finansal baskının önemli bir alt bileşeni sayılmaktadır. Bu doğrultuda döviz piyasasında oluşan baskıyı ölçmek için ise kullanılabilecek en önemli gösterge yöntemi Döviz Piyasası Baskı Endeksi hesaplamasıdır.

3. Döviz Piyasası ve Döviz Piyasası Bileşenleri

Kişiler, kuruluşlar veya devletler belirli nedenlerle diğer ülkelerin paralarını alıp satabilmektedirler. Söz konusu bu alış ve verişin sağlandığı piyasa döviz piyasası olarak tanımlanmaktadır (Çufadar, 2010). Bir başka ifade ile bir ülke parasının diğer bir ülke parası ile işlem gördüğü piyasa, döviz piyasası şeklinde değerlendirilmektedir (Akkaya, 2021).

Günümüzde döviz piyasaları fiziksel mekân olarak nitelendirilmeyip, elektronik ortamlar ile birbiri ile bağlantılı ve kendi özel alanları veya işyerlerinde faaliyet gösteren katılımcıların oluşturduğu bir piyasa şeklinde çalışmaktadır.

Döviz piyasalarının temelde dört fonksiyonu bulunmaktadır. Söz konusu bu fonksiyonlar aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir (Çufadar, 2010)

- Kredi oluşturulması
- Satın alma gücü ve transferi
- Döviz risklerinin önlenmesi
- Dış ticaret dengesinin kurulması amacıyla verilen destek

Döviz piyasaları dünyadaki diğer mali piyasalar içinde işlem hacmi en yüksek olan piyasalardır. Bunun yanı sıra çağdaş anlamda bilgi ve telekomünikasyon teknolojisi ile uyum içinde çalışan ve merkezi olmayan bir ağ olarak nitelendirilmektedir. Döviz piyasalarında en çok işlem gören para birimleri şu şekilde sıralanabilmektedir (Akkaya, 2021): Euro (EUR), Amerikan Doları (USD), Japon Yeni (JPY), Sterlin (GPB) ve İsviçre Frangıdır (CHF).

Döviz piyasasının temel bileşenleri ise aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir (Çufadar, 2010):

• **Bankalar ve Banka Dışı Mali Kurumlar:** Döviz piyasasının esas aracı kurumları bankalardır. Bankalar döviz işlemlerinin tamamını gerçekleştirmekte ve hem döviz alışverişi hem de döviz transferi, akreditif açmak gibi dış ticaretin önemli işlemlerini gerçekleştirmektedirler. Bankaların yanı sıra döviz piyasalarının bileşenleri arasında banka dışı mali kurumlarda bulunmaktadır. Döviz büfesi olarak da tanımlanan söz konusu bu banka dışı mali kuruluşlar, alış fiyatından aldıkları döviz daha yüksek bir fiyattan satarak kâr sağlama hedefinde bulunmaktadır.

• **Dış Ticaret ve Dış Yatırım İşlemleri Yapan Kişiler ve Firmalar:** Döviz piyasası işlemcileri olarak nitelendirilen ithalatçılar ve ihracatçıların yanı sıra uluslararası portfolio ve dolaysız sermaye yatırımcıları, çok uluslu işletmeler ve turistler de döviz piyasası işlemcileri olarak ifade edilmektedirler. Söz konusu bu işlemcilerin döviz piyasalarını kullanmalarının gerekliliği esas olarak gerçekleştirdikleri ticaret ve yatırım faaliyetleri olarak adlandırılmaktadır.

• **Spekülatörler ve Arbitrajcular:** Ana gayeleri kazanç elde etmek olan spekülatörler, döviz kurlarında gerçekleşmesi beklentisinde oldukları değişimlere ve mevcut bulunan yapıya dayalı olarak gerçekleştirdikleri döviz alışverişi işlemleri oyun alanlarının temelini oluşturmaktadır. Puslu finansal ortamda risk alarak tahminlere dayalı olarak kâr maksatlı satın alma faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Özellikle borsa ve diğer piyasaların var oluş nedenlerinin başında spekülasyon ile her menkul kıymetin ederi fiyata ulaşmasına yardımcı olmaktır. Arbitrajda ise bilakis risk söz konusu değildir. Arbitrajcular herhangi bir nedenle belirlenen esnada kurlar arasında oluşan fiyat farklılıklarından faydalanarak eş zamanlı olarak ucuza döviz alıp pahalıya satarak

kâr elde etme gayretinde olmaktadırlar. Spekülasyon ve arbitraj işlemleri büyük oranda büyük bankalar tarafından gerçekleştirilmektedir.

• **Merkez Bankaları ve Hazine:** Döviz piyasalarında kâr amacı gütmeyen bulunan merkez bankaları ve hazine teşkilatlarının ana amacı, ülkelerin döviz rezervlerini belirli bir seviyede tutmak ve ülkelerin ulusal paralarının değer kaybetmesinin önüne geçmektir.

• **Döviz Brokerleri:** Bir çeşit aracı olarak nitelendirilen broker, kendisi hiçbir işlemde herhangi bir taraf olmadan alıcı ile satıcıyı bir araya getirmektedir. Söz konusu bu işlem karşılığında komisyon alan brokerlar, piyasalara oldukça hâkim, diğer finansal bileşenlerle iletişim halinde bulunan yapıdadırlar. Görevleri nedeniyle piyasadaki gelişmeleri anlık olarak takip etmektedirler.

• **Enflasyondan Korunmaya Çalışan Küçük Tasarruf Sahipleri:** Enflasyon oranının yüksek olarak seyrettiği az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde küçük tasarruf sahipleri, gelirlerinin gerçek değerini enflasyon karşısından koruyabilmek maksadıyla gelirleri yabancı paralara dönüştürebilmektedirler. Kısa vadede para gereksinimi bulunmayan küçük tasarruf sahipleri söz konusu bu işlemi gerçekleştirebilmektedirler. Küçük tasarruf sahipleri gelirlerini dövizde çevirirken özellikle sağlam para birimlerini tercih etmektedirler.

4. Döviz Piyasası Baskı Endeksi

İstenilen döviz kuruna ulaşabilmek maksadıyla piyasaya yapılması gerekli olan müdahalenin oranı veya boyutu şeklinde ifade edilen döviz piyasası baskısı, döviz fiyatının etkilenebilmesi maksadıyla döviz fiyatları müdahalesi aracı olarak tanımlanmaktadır (Dayı ve Akdemir, 2016). Döviz fiyatlarında ifade edilen değişimin, fiyatlar genel seviyesine yansımaları ve fiyatlardaki değişiminde ekonomik istikrarı etkilemesi durumu döviz piyasası baskısının, döviz fiyatlarından oldukça etkilendiğinin kanıtı olarak ifade edilebilmektedir.

Döviz piyasası baskısı ile ilgili yapılan ilk çalışmanın Girton ve Roper tarafından 1977 tarihinde gerçekleştirildiği bilinmektedir. Buna göre; döviz rezervleri ve döviz kurlarının değişiminin döviz piyasası baskısı üzerinde en önemli ölçüt olduğu gerçeği üzerinde durulmaktadır. Weymak tarafından ortaya atılan ve Kanada’da döviz piyasası baskısı ölçümü maksadıyla 1975 – 1990 tarih aralığını kapsayan ve 1992 – 1996 tarih aralığında Finlandiya’da kısmi olarak döviz piyasasına müdahaleden vazgeçilen ve dalgalı kur sistemi uygulanan model ile döviz piyasası baskısı ölçülerek söz konusu bu baskının ulusal paralara etkisi incelenmiştir. Söz konusu bu model 1999 tarihinde Spolander tarafından ortaya atılmıştır.

Literatürde yer alan yukarıda modellerde de ifade edildiği üzere Döviz Piyasası Baskı Endeksi satın alma gücünü oluşturan pariteler ve para piyasası denge koşullarıyla meydana getirilmektedir. Bu bağlamda para talebi (L), yıllık gelir (k),

yurt içi fiyat seviyesi (P) ve reel gelirden (Y) meydana gelen para talebi denklemi aşağıdaki şekilde ifade edilebilmektedir (Kaya, 2021):

$$L = kpy$$

Buna ek olarak para arzı denklemi ise aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir: $M_s = A(R + D)$ Buna göre; para arzı denklemi, ulusal para rezervleri (R) ile net yurt içi krediler (D) toplamının para çarpanıyla (A) çarpımına eşit bulunmaktadır.

Para piyasasında denge, para arzı ve talebinin eşitlendiği noktada ortaya çıkmaktadır:

$$L = MS$$

Satın alma gücü paritesi denklemi nominal döviz kuru (E), yurt içi fiyatlar seviyesi (P) ve yurt dışı fiyatlar seviyesi (P*) bileşenlerinden meydana gelmektedir:

$$E = \frac{P}{P^*} \text{ veya } P = EP^*$$

Para piyasası denge denklemi para arzını ve talebini meydana getiren ögeler ile tekrar oluşturulduğunda aşağıdaki denkleme ulaşılmaktadır:

$$kPY = A(R + D)$$

Tüm bunların yanı sıra bilindiği üzere döviz piyasası baskı endekslerinin krizler açısından bir öncül gösterge olarak kullanılabilmesi maksadıyla bir eşik değerinin belirlenmesi gerekliliği bulunmaktadır. Kurlar ve finansal krizler üzerine bir değerlendirme gerçekleştirildiğinde kur baskı endeksi denkleminde krizler dışında da zaman zaman faydalandığı saptanmıştır . Sürekli değişken olarak kur baskı endeksi, bankacılık sektörü ile kamu kaynaklı krizlerin göstergesi ve kur belirleyicilerinin detaylı analiz yapabilmesi amacıyla da kullanılan bir endeks olmuştur. Bu doğrultuda Tablo 1’de kur değişiminde kur baskı endeksi kullanan çalışmalar sıralanmaktadır (Yokuş ve Ay, 2020):

Tablo 1. Kur Değişimlerinde Kur Baskı Endeksi Kullanan Çalışmalar

Çalışmalar	DPBE Denklemi
Girton ve Roper (1977)	$DPBE = \frac{\Delta_e}{e} + \frac{\Delta R}{M0}$
Weymark (1995)	$DPBE = \Delta\%e + \Delta\gamma R$
Sachs, Tornell ve Velasco (1996)	$DPBE = \frac{\Delta e}{K\sigma_e} - \frac{1}{K\sigma_R} \left(\frac{\Delta R}{R} \right) + \frac{1}{K\sigma_i} \Delta i, K$ $= \frac{1}{\sigma_e} + \frac{1}{\sigma_R} + \frac{1}{\sigma_i}$
Balakrishnan vd. (2009)	$DPBE = \frac{\Delta e - \mu \Delta e}{\sigma \Delta_e} + \frac{\Delta R - \mu \Delta R}{\sigma \Delta_R}$

Aizenman, Lee ve Sushko (2010)	$DPBE = \frac{\Delta e}{e} - \frac{\Delta R}{R}$ $DPBE = \frac{\Delta e}{e} - \frac{e\Delta R}{M1}$ $DPBE = \frac{1}{\sigma_{\Delta e}} \left(\frac{\Delta e}{e} - \mu\Delta e \right) - \frac{1}{\sigma_{\Delta R}} \left(\frac{\Delta R}{R} - \mu\Delta R \right)$

Döviz piyasaları baskı endeksleri formüllerinde kullanılan semboller şu şekilde ifade edilmektedir:

- R: Döviz rezervleri
- γ : Nominal kurların döviz rezerv değişimine duyarlılığı
- i: faiz oranı
- M0: Dolaşımdaki nakit para
- M1: Dar para arzı
- Π_e ve Π_i : Esas kabul edilen bir döviz kur oranına göre nominal kurun ve faiz oranının, toplam dış varlık ve yükümlülük pozisyonu ile gelir dengesi duyarlılığı
- I: Milyar dolar şeklindeki müdahale ölçüsü
- ρ : 1 Milyar dolarlık müdahalenin döviz kur değişim faktörü

İfade edilen söz konusu bu çalışmalar kur baskısı endeksini kur krizi oluşma veya oluşmama durumuna göre kesikli bağımlı değişkene çevirerek kullanmaktadır.

Döviz piyasası baskısını meydana getiren en önemli iki unsurun döviz kurları ve döviz rezervleri olduğu açıktır. Herhangi bir ülkenin döviz piyasasında var olan yabancı para birimlerinin fiyatlarında ve rezerv miktarlarındaki değişim, dünya genelinde var olan değişim ile paralellik gösterdiğinde o ülkenin para piyasasında bir baskı oluşturduğu görülmektedir (Dayı ve Akdemir, 2016).

4.1. Döviz Piyasası Baskı Endeksi Yaklaşımları

Ekonomi literatüründe döviz piyasasında meydana gelen baskının ölçülebilmesi için döviz piyasası baskı endeksinden faydalanılmaktadır. Söz konusu bu endeks aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Örücü, 2018):

- **Girton ve Roper Yaklaşımı:** Döviz piyasası baskı endeksi çalışmaları açısından literatürde öncül bir konumda bulunmaktadır. Lance Girton ve Don Roper tarafından 1977 yılında gerçekleştirilen çalışma, önceki çalışmaların önemli iki eksik kısmı üzerinde yoğunlaşmıştır. Bunlardan ilki, ilgili dönemde gerçekleştirilen çalışmaların neredeyse tamamının yalnızca ödemeler bilançosuna odaklandığı, ikinci eksiklik ise bazı çalışmaların yalnızca para talebine odaklandığı şeklindedir. Girton ve Roper bu iki eksikliği de ayrıntılı şekilde içeren çalışmalarında ortaya koydukları yaklaşım “ödemeler dengesine parasalcı yaklaşım” olarak anılmaktadır.

$$r + e = -d + r^* 4d * + \beta ly^- \beta ly^* + \theta - av$$

Girton ve Roper yaklaşımında ana denklem yukarıdaki şekilde oluşmaktadır. “ θ ” satınalma gücü hipotezinden sapmaları, “ V ” ise faiz paritesi sapmalarını ifade etmektedir. “ $*$ ” sembolü, ikinci ülkeyi ifade ederken, sıklıkla ikinci ülke olarak ABD verileri kullanılmaktadır. Girton ve Roper söz konusu yaklaşımda, döviz piyasası baskı endeksini dış kaynaklarda meydana gelen değişimin para tabanına oranı ile döviz kurundaki değişmeyi toplayarak bir netice elde etmektedir.

• **Teorik Yaklaşım:** Teorik yaklaşım, John Weymark tarafından çalışılmıştır. Söz konusu bu yaklaşım döviz piyasası baskı endeksi için teorik bir altyapı oluşturmuştur. Weymark çalışmasında Girton ve Roper yaklaşımını geliştirmiş ve döviz piyasası endeksinin ayrıntılı bir tanımını yapmıştır. Bu doğrultuda Weymark yaklaşımı döviz piyasası baskı endeksini döviz kurları ile ilgili oluşturulan politika beklentisi çerçevesinde bir müdahalenin olmaması, söz konusu bu piyasada oluşan talepten ötürü kurlarda oluşabilecek değer olarak ifade etmektedir. Bu yaklaşımda öne çıkan iki önemli noktadan ilki, döviz kuru politikası ekonomik birimlerce bilinmektedir ve döviz üzerindeki tasarruflar bu bilgi doğrultusunda şekillenmektedir. İkincisi ise geçmişte müdahalenin olduğu kabul edilmekte ve söz konusu endeks geçmişte bir müdahale yaşamamış olsaydı döviz kurundaki değişimi göstermektedir.

• **Modelden Bağımsız Yaklaşım:** John Weymark tarafından oluşturulan yaklaşımdan bir yıl sonra söz konusu bu yaklaşım ekonomi literatüründe yerini almıştır. Özellikle 1996 yılında ortaya çıkan Eichengreen, Rose ve Wyplosz ile Sachs, Tornell ve Velasco çalışmaları döviz piyasası baskı endeksini modelden bağımsız bir şekilde oluşturmuşlardır. Bu yaklaşımı ülkelerde meydana gelen döviz krizlerinin dönemini belirlemek amacıyla kullanmışlardır. Söz konusu yaklaşımda, döviz piyasasına herhangi bir şekilde saldırı gerçekleştiğinde döviz kurunda meydana gelen saldırıyı merkez bankalarının rezervinin değişimi ile ya da faiz oranlarının değişim etkisini azaltma gayreti ile ifade etmişler ve bu doğrultuda döviz piyasası baskı endeksinde faiz iki ülke faiz oranlarındaki değişimlerinde yer alması gerekliliği vurgulanmıştır.

$$\bullet \text{ EMP} = \frac{1}{\sigma_e} \cdot \frac{\Delta_{et}}{et} - \frac{1}{\sigma_r} \cdot \left(\frac{\Delta_{rt}}{rt} - \frac{\Delta_{r^*t}}{r^*t} \right) + \frac{1}{\sigma_i} \cdot \Delta(i_t - i^*t)$$

Modelden bağımsız yaklaşım denkleminde yukarıda görülebileceği üzere “ $*$ ” ikinci ülkeyi ifade etmektedir. Döviz kurunda ortaya çıkan değişim, iki ülke arasında söz konusu olan faiz farkı ile iki ülke arasındaki rezervlerin değişim farkının toplamı döviz piyasası baskı endeksini meydana getirmektedir.

KAYNAKLAR

1. Akkaya, M. (2021). Döviz Piyasası Baskı Endeksi ve Kriz Gtergelerinin Tahmini: Türkiye Uygulaması. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 67-92.
2. Çalışkan, H. (2021). G20 ülkeleri için finansal baskının ölçülmesi ve finansal baskı yayılım etkisinin incelenmesi. [Yayınlanmış doktora tezi]. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
3. Çufadar, Ü. (2010). Türkiye'deki Döviz Piyasasının Katılımcıları ve Katılımcıların Piyasadan Beklentileri. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. *Yüksek Lisans Tezi*, Ankara
4. Dayı, F. ve Akdemir, E. (2016). Döviz Piyasası Baskısı Modellerinin Yapay Sinir Ağı İle Mukayesesi: Türkiye Uygulaması. *Akademik Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi*, 8(15), 151-168.
5. Ekin Yayınevi Bursa 2000 DİNLER, Zeynep İktisada Giriş
6. Elekdağ, S., Kanlı, İ. B., Samancıoğlu, Z. ve Sarıkaya, Ç. (2010). Finansal Stres ve İktisadi Faaliyet. *Central Bank Review*, 10(2), 1-8.
7. Gedik, A. (2014). Reel efektif döviz kurunun dış ticaret dengesi üzerine etkisi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye
8. Gök, A. (2006). Alternatif döviz kuru sistemleri. Marmara üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. 21(3). 131-145.
9. Kardaşlar(2013)Döviz Kuru ile makroekonomik büyüklükler arasındaki ilişki:Türkiye üzerine bir uygulama(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)Çukurova Üniversitesi
10. Kaya, A. E. (2021). Para politikaları ve döviz piyasası baskısı: Karşılaştırmalı bir uygulama.[Yayınlanmış doktora tezi]. Gebze Teknik Üniversitesi .

11. ORDU, Ferdi; (2013). “Döviz Kuru Dış Ticaret İlişkisi: Türkiye Örneği.” Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Yayınlanmış Yüksek lisans tezi
12. Ulaş, S. (2010). Enflasyon ve Döviz Kurunun Hisse Senedi Piyasası’na Etkileri, İMKB’de Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
13. Özdemir , K., ve Şahinbeyoğlu, G. (2000). Alternatif döviz kuru sistemleri . Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Araştırma Genel müdürlüğü Tartışma Tebliği .
- 14.Yavuz, N. (2019). Türkiye’de finansal baskıya neden olan faktörlerin öncü göstergeler ile tahmin edilmesi. [Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi]. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi.
- 15.Yokuş, T. ve Ay, A. (2020). Kur Krizleri ve Türkiye: 2006-2018 Dönemi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 295-316.

**MAĞAZACILIK VE REKLAMCILIKTA
“ÇEVİRİMİÇİ” DÖNEMİ**

Handan GÜLER İPLİKÇİ

Manisa Celal Bayar Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-6973-0242

Teknolojinin gelişmesine paralel olarak çevrimiçi reklam uygulamalarının mağazacılık sektöründe kullanımı yaygınlaşmaktadır. Reklamların çevrimiçi ortamda yapılıyor olması müşteri verilerine ulaşmayı oldukça kolaylaştırmış ve internet reklamcılığının sağladığı avantajlara sahip olmak, web sitesi ve uygulamalarda kişilere özel reklam yapılmasının da kapısını aralamıştır. Çevrimiçi reklamcılık son dönemde yerini kişiselleştirilmiş mağaza içi reklam kullanımına bırakmaktadır.

Kişiselleştirilmiş reklamlar sayesinde, geleneksel medyanın yanı sıra çevrimiçi ve sosyal medya reklamcılığıyla birlikte hedef kitleye doğrudan ve zamanında ulaşabilmek hem kaynakların etkin kullanımı açısından hem de müşteri sadakati ve marka imajı açısından perakendeciler için önem arz etmektedir.

Reklamcılık ve mağazacılık, pazarlama ve iletişim alanında yakından ilişkili kavramlardır. Perakendeciler, bir marka imajını yansıtmak ve perakende mağazalarına veya web sitelerine müşteri çekmek için reklamları kullanmaktadır. Mağazacılık (merchandising), müşterilerin mağazalara girmesinden itibaren ürünlerin dikkat çekecek ve satışa katkıda bulunacak şekilde stratejik olarak yerleştirilmesi sürecine verilen isimdir. Günümüz işletmeleri teknolojiye faydalanarak, dijital raf reklamları ve mağaza içerisinde yayınlanan sesli reklamlarla da müşterilerine ulaşmaya çalışmaktadır.

Çevrimiçi mağazacılıkta yaşanan gelişmeler neticesinde, reklamcılık ve ticari satış arasındaki ilişki daha da güçlenmiştir. Frank Y. Guo 2009 yılında “Çevrimiçi Reklamcılık ve Mağazacılıkta Kullanıcı Deneyimi Araştırması ve Yönetimi” isimli makalesinde, tüketicilerin genellikle web mağazaları arasındaki ürünlerin sunumlarında çok az fark algıladıklarını belirtmiştir. Bu nedenle çevrimiçi mağazaların (teknolojinin de faydasıyla) kişiselleştirilmiş reklamlar, kullanım kolaylıkları, yapay zekâ, sesli ticaret gibi uygulamalarla müşterileri için cazip hale gelebileceklerini vurgulamıştır.

Günümüzde de bazı işletmeler, moda ve giyim gibi ürünlerin satışını arttırmak için sanal demoları ve çevrimiçi alışveriş araçlarını kullanmaktadır.

Çevrimiçi Mağazacılık

Tüketicilerin çevrimiçi duysal deneyim ve bilgi ihtiyaçlarını karşılamak için, çevrimiçi görsel satış tekniklerinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir. Böylelikle, geleneksel perakende ortamına benzer alışveriş ortamının yaratılmasına yardımcı olacaktır.

E-ticaret ortamında, bir e-tüccar olmak, müşteriye hizmet vermek için fırsatlar sunarken zorlukları da beraberinde getirebilir. Ürün sunumu, e-satıcılar için oldukça önemli ve stratejik olarak yönetilmesi gereken bir faaliyettir. Geleneksel bir mağazada veya özel bir mağazada, fiziksel olarak sergilenen mallar, müşterilerin

ürünleri stil, siluet, boyut veya renk açısından incelemesine olanak tanımaktadır (Colborne, 1996).

Buna karşılık, yalnızca çevrimiçi iş yapan ve tıklama işi olarak adlandırılan bir perakende satış mağazası işletmeyen e-satıcılar, genellikle görsel ticaret sorunuyla karşı karşıya kalmaktadır. Geleneksel perakende mağazaları ve çevrimiçi mağazalar da dahil olmak üzere birden çok kanalı işleten işletmeler, müşterileri perakende mağazalardan çevrimiçi mağazalara veya tersi yönde kaydırma avantajından yararlanarak e-ticaret pazarında büyük başarı elde etmiştir. Müşteriler, çevrimiçi satın alma sürecinde karar vermeden önce genellikle fiziksel inceleme için perakende mağazalarını ziyaret etmektedir. Bir organizasyon içindeki çoklu kanallar, iş için en iyi sonuçları yaratmak üzere birbirlerini destekleme ve etkileşim kurma eğilimindedir (Poloian, 2003).

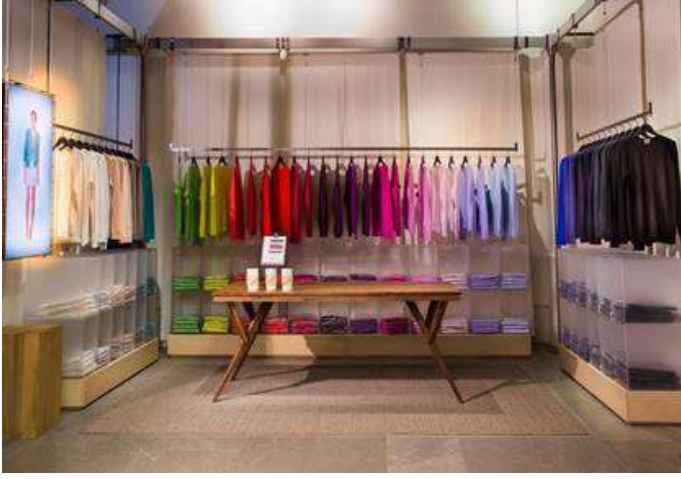
Çevrimiçi veya dijital mağazacılık, “ekran alanından en iyi şekilde yararlanmak için ürün ve içeriğin seçimi ve sunumu” olarak tanımlanabilmektedir. Buradan yola çıkarak “mağazacılık genel anlamıyla mağazaların müşterilerini cezbeden görsel araçlarını koruyan bir araştırma alanıdır” şeklinde tanımlanabilmektedir (Bhalla ve Anurag, 2010).

Bir başka tanıma göre mağazacılık, “belirli ürünleri elde etme ve bunları bir perakende mağazasının hedeflerine ulaşmasını sağlayacak yerde, zamanda, fiyatta ve miktarda kullanılabilir hale getirmeyi içeren faaliyetlerden oluşur” şeklinde açıklanabilmektedir (Berman ve Evans, 1998).

Öte yandan, çevrimiçi görsel ticaret, genel kullanıcı deneyimini geliştirmek birçok farklı öge birlikte kullanılmaktadır. Fotoğraflar ve tasarımdan ana sayfa hikâye anlatımına, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe ve zengin ürün açıklamalarına kadar birçok unsur kullanıcı deneyimlerini olumlu yönde etkilemektedir.

Mağazacılık, işletmelerin mallarının mağaza içinde veya çevrimiçi olarak reklamını yapmak ve pazarlamak için kullandıkları sözlü olmayan teknikleri ifade etmektedir. Mağazacılık, çevrimiçi mağaza tasarımını, satmaya karar verilen ürünleri, ürünlerin nasıl sergilendiğini ve fiyat politikasını kapsamaktadır.

Çevrimiçi mağazacılığın en önemli unsurlarından biri de görsel mağazacılıktır. Özellikle, ürünlerin pazarlanabilirliğini artırmak ve müşterilerin mağaza sadakatini geliştirmek ve güçlendirmek gibi ikili amaçlarla tasarlanan ve uygulanan tüm mağaza faaliyetleri serisini ifade etmektedir (Golden ve Zimmerman, 1986).



Resim 1. Görsel mağazacılık örneği (Altier.com.tr)

Perakendeciler, marka kimliklerini geliştirmek, müşteri memnuniyetini ve karı artırmak için mekanlarında satış yapmaktadır. Mekanlarındaki imajın bir benzerini web sitelerinde de oluşturmak bütünlük pazarlama iletişimi açısından fayda sağlayacak bir yaklaşımdır.

Bir işletmeye ait mağaza ve çevrimiçi mağazanın tasarımlarının kurum kimliği ile bağdaşacak şekilde yapılması tüketicilerdeki marka algısını güçlendirecek, ayrıca satın alma sürecinde güven unsurunu da olumlu yönde etkileyecektir.



Resim 2. Farklı markaların aynı çatı altında sunumu. (wikipedia.org.tr)

Görsel mağazacılık, potansiyel bir müşteri mağazayı veya çevrimiçi mağazayı ziyaret ettiğinde, ürünlerin reklamını yapmak ve satmak için yürütülen her türlü faaliyeti kapsamaktadır. Satış süreci sıklıkla gözlerle başladığı için, mağazacılık normalde satışları teşvik etme çabasıyla şeyleri estetik açıdan hoş bir şekilde sergilemeyi içermektedir. Mağazacılığın stratejik olarak yönetilmesi hedef kitlenin

markayla bağ kurabilmesine olanak tanıyan marka kimliğine de katkıda bulunmaktadır. **Resim 1.**'de giysilerin gökkuşağı renklerinde sunumu ile estetik bir sunum sağlanmıştır.

Düzgün ve net bir tasarıma sahip olmak, sorunsuz ve akılda kalıcı bir müşteri deneyimi sağlama yönünde işletmeye artı değer kazandırmaktadır. Net fiyatlandırma, düzgün teşhirler ve akıllı satış teknikleri, müşteri katılımını ve ürün teşhirini artırarak satışları artırmaktadır. Ek olarak, özel ürünlerin veya indirimlerin reklamı ile müşteriler cezbedilerek mağazaya olan ilgileri artırılacaktır (Peterson ve Balasubramanian, 2002).

Mağazacılığın Faydaları

- **Hızlı satış:** Ürünlerin kolay bulunabilmesi, müşteriler tarafından erişilebilir olması, estetik olarak sergilenmesi ve doğru bir şekilde fiyatlandırılması daha hızlı satılmasını sağlamaktadır.
- **Müşteri memnuniyeti:** Mağaza düzenini dönemlere göre güncellemek, müşterilerin ürünleri incelerken ilgilerini canlı tutmanın iyi bir yoludur.
- **Müşteri sadakati:** Mağazacılık tutarlıysa ve güçlü bir marka kimliği taşıyorsa, müşteriler markaya daha sadık hale gelebilmektedir. Müşterilerin, rakiplere kıyasla mağaza ile bir bağ hissetme olasılığı daha yüksektir ve satın almaya daha yatkındır (Buttle, 1987).

Mağazacılık Stratejileri

- **Hikayeleştirme:** Ana sayfalar tıpkı vitrinler gibi müşterilerin mağaza hakkında ilk düşüncelerini oluşturdukları yer olarak işlev göstermektedir. Bu vitrinlerde konsept oluşturmak, kurum kimliğine uygun olacak şekilde hikayeleştirerek görselleştirmek müşterinin ilgisini olumlu yönde etkileyecektir.
- **Sade Tasarım:** Ziyaretçilerin ürünlere odaklanmasını sağlamak için çevrimiçi mağazanın pop-up, yanıp sönen bannerlar gibi kafa karıştırıcı görselleri içermediğinden emin olmak önemlidir. Çevrimiçi mağazanın kullanımı kolay, tasarımı sade ve karmaşıklıktan uzak olmalıdır.
- **Basit Gezinme:** Müşterilerin aradıklarını kolayca bulması önemlidir. Çevrimiçi müşteriler, farklı ürün kategorilerini gösteren menü çubukları, öğeleri kategorize etme ve filtreleme özelliğine sahip bir arama seçeneği ile ürünlere hızlı bir şekilde erişebilmelidir.
- **Kolay Satın Alma Süreci:** Tıpkı geleneksel mağazalardaki müşterilerin kasada fazla beklemek istememesi gibi ödeme sürecindeki çok fazla aşama sepetlerin terk edilmesine neden olmaktadır. Bu süreci olabildiğince basitleştirmek ve müşterilerin ödeme sürecinde kaç adım kaldığını gösteren bir ilerleme/süreç çubuğu eklemek gerekmektedir.

- **Ürün Tasviri:** Çok sayıda ürün resmi bulundurarak alıcıların ürünü rahatlıkla inceleyebilmesi mağazaya olan güveni arttırmaktadır. Böylece tüketiciler satın alma konusunda kendilerini daha rahat hissedeceklerdir.

- **Üyelik:** Sadakatlerini ödüllendirmek, satın alma geçmişlerini düzenlemek ve tüketicilerle düzenli olarak iletişim halinde olmak için sayfada üyelik hesabı oluşturulması gerekmektedir (Roggeveen, Grewal, Karsberg, vd. 2021).

Mağazacılık, alanının nasıl kullanıldığı, fiyatlandırma planları, sergileme yöntemleri, seçilen ürünler ve çok daha fazlası dahil olmak üzere birçok şeyi bir arada planlanmasını gerektirmektedir. Ek olarak, etkili mağazacılık kararları, marka kimliğini ve müşteri deneyimini olumlu yönde geliştirerek satışları artıracaktır.

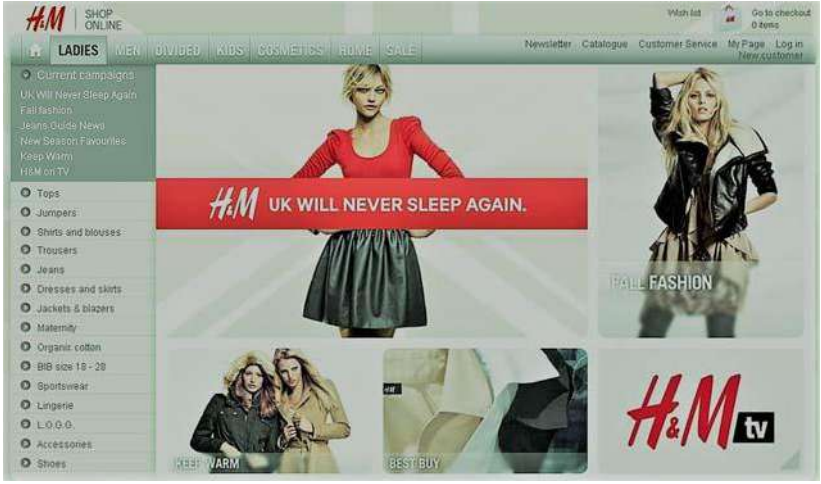
Çevrimiçi Görsel Mağazacılık Nedir?

Fiziksel bir mağazada, müşteri deneyimi büyük ölçüde yönlendirilmektedir. Ürünler, mağaza içerisinde gezinme alanlarından, soyunma odasına, kasaya ve hatta çıkış yollarına kadar stratejik olarak yerleştirilmektedir. Çevrimiçi mağazayı görsel olarak tasarlamak da benzer bir stratejik süreci içermektedir.

Görsel mağazacılık, hem ürünün ve/veya markanın müşteriye görsel olarak nasıl iletilişiyle hem de bu mesajın “uygun” bir şekilde deşifre edilip edilmediğiyle ilgilidir bu bağlamda olumlu bir psikolojik veya davranışsal sonucu etkileyerek nihai olarak satın almaya yol açar. (Kerfoot, Davies, ve Ward, 2003).

E-ticaret bağlamında görsel mağazacılık ve müşterinin deneyimini geliştirmek; karar verme ve satın alma süreci boyunca müşterilere mümkün olduğunca sorunsuz ve hızlı bir şekilde rehberlik ederken, bir sonraki siteye geçmeden önce en alakalı ürünleri ve promosyonları sunmak anlamına gelmektedir.

Dailey (2004) çevrimiçi görsel mağazacılığı, “alışveriş yapanın tepkilerini olumlu bir şekilde artırmak amacıyla (örneğin, web sitesini tekrar ziyaret etmek veya sitede daha uzun süre gezinmek) kullanıcılarda olumlu bilişsel ve duygusal durumlar yaratmak için kasıtlı olarak tasarlanmış web ortamları” olarak tanımlamaktadır.



Resim 3. Çevrimiçi Mağazacılık Web Sitesi Örneği (www.textiletoday.com.bd)
Çevrimiçi ürün teşhirleri oluşturmak için kullanılan birincil araçlar şunlardır (Taylor, 2022):

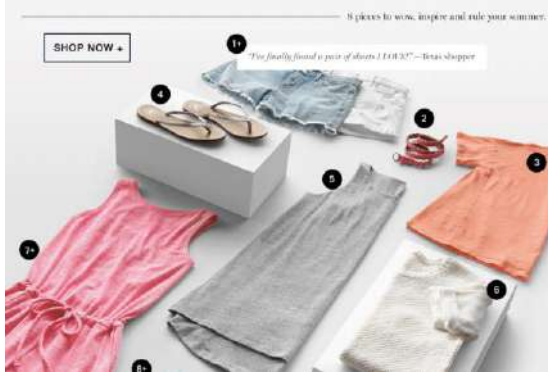
- Web sitesinde ürün tasarımı ve yerleşimi
- Ürün Fotoğrafçılığı (haber amaçlı veya yaşam tarzı çekimleri ve bireysel ürün çekimleri)
- Web sitesi afişleri, açılış sayfaları, satış afişleri ve daha fazlasını oluşturmak için gerekli olan grafik tasarım

Çevrimiçi Mağazacılıkta Görsel Estetik

Bir işletme olarak, görsel tasarıma yatırım yapmak hayati önem taşımaktadır. Tasarımın kurum kimliğine ve imajına uygun olacak şekilde yapılması ve belirli dönemlerde güncellenmesi oldukça önemlidir.

Tasarım kadar kullanılan ürün fotoğrafları da görsel estetik açısından önemli unsurlardan biridir. Ürün fotoğraflarının standartlara uygun olduğundan emin olmak gerekmektedir. Grenli, yetersiz aydınlatılmış ürün fotoğraflarından kaçınmak bunun yerine yüksek kaliteli, aydınlık, sade ve vurucu fotoğraflar tercih etmek yerinde olacaktır.

Dünyadaki çevrimiçi mağazaların doygunluğunun tüm zamanların en yüksek seviyesinde olmasından dolayı, kullanıcı dostu bir tasarıma ve profesyonel kalitede ürün fotoğraflarına sahip olmak gerekliliğin ötesinde kritik bir öneme sahiptir.



Resim 4. Çevrimiçi görsel mağazacılık tasarım örneği (www.yotpo.com)

Marka bilinci oluşturma ve görsel estetik, marka bilinirliğini artırmak ve sadık bir müşteri topluluğu oluşturmak için temel bileşenlerdendir. Bu nedenle çevrimiçi görsel mağazacılığın stratejik olarak yönetilmesi oldukça önemlidir.

Sesli Ticaret

V-ticaret olarak da bilinen sesli ticaret, müşterilerin sesli komutları kullanarak (diyaloga dayalı) alışveriş yapmalarını sağlayan bir e-ticaret arayüzüdür (Eeuwens, 2017). Sesli ticaret, Amazon'un Alexa'sı, Google Home veya bir sohbet robotu gibi bir sesli asistan aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

Sanal sesli asistanlar, yakın geçmişte kullanıcı etkileşimi ve kullanıcı deneyimi tasarımındaki en büyük değişikliklerden biridir. Bilgi isteme, ışıkları söndürme, müzik çalma ve benzeri birçok görevi yerine getirmekteler ve kullanıcıların yaptıkları her etkileşimle öğrenmeye devam etmektedirler (Krey ve Garcia, 2022). Dokunsal temasa ihtiyaç duymadan teknik cihazlarla etkileşim kurmanın bu sezgisel yolu sözlü iletişimi teknolojinin yeni arayüzü haline getirmektedir.

Ses ticareti, sesli asistanlar aracılığıyla gerçekleştirilir. Bir sesli asistan ne kadar popüler olursa, markaların ve perakendecilerin platforma katılma teşviki o kadar yüksek olur ve bunun tersi de geçerlidir. Nesneler veya Nesnelerin İnterneti bileşenleri, ses uygulamaları, beceriler veya konuşma tabanlı bir yapay zeka platformuna bağlı cihazlar ne kadar akıllıysa, tüketici ilgisi o kadar büyük olacaktır (Rabassa, Sabri, ve Spaletta, 2022). Sesli asistanlar, sesli komutları anlayan ve bunlara yanıt veren yazılım programlarıdır. Kullanıcının sözlerini yorumlamak ve uygun eylemleri gerçekleştirmek için doğal dil işlemeyi (NLP) kullanırlar (Li, Park, Kim ve Chrysostomou, 2021).

Ses ticaretiyle ilgili olarak NLP, müşterinin amacını yorumlamaktadır. Örneğin bankacılık işlemi yapan bir müşteri “Yeni bir kredi kartı almak istiyorum” derse, sesli asistan kredi kartı almak istediğini anlayabilecek ve onu ilgili birime yönlendirecektir.

Sesli asistanlar ayrıca müşterinin tercihleri ve satın alma geçmişi hakkında daha fazla bilgi edinmek için yapay zekayı (AI) kullanmaktadır. Bu, daha kişiselleştirilmiş öneriler sağlayabilecekleri anlamına da gelmektedir.

Örneğin, bir müşteri daha önce belirli bir markadan bir giysi satın aldıysa sesli asistan aynı markadan benzer ürünler önerebilir. Veya müşteri belirli bir tarzda bir giysi satın aldıysa, sesli asistan o tarzda başka giysiler önerebilir.

Kısacası, sesli asistanlar, müşteri sorgularını anlamak ve ilgili öneriler sunmak için NLP ve yapay zekayı kullanmaktadır. Sesli asistanlar, müşterilerin aradıklarını bulmalarını ve sesli komutları kullanarak alışveriş yapmalarını oldukça kolaylaştırmaktadır.

Çevrimiçi Mağazaların Reklam Uygulamaları

E-Ticaret sitelerindeki reklam kullanıcı deneyimini yönetmek, kârı dengeleme ve kullanıcı deneyimini optimize etme ihtiyacı nedeniyle oldukça zordur. E-Ticaret sitelerinde ürün satışı, çevrimiçi reklamcılık ile benzerlik göstermektedir. Bir e-Ticaret sitesinde reklam bulundurmanın birincil amacı, reklam geliri elde etmek, nihai amacı ise sadık müşteri sayısını arttırarak satın almaya yönlendirmektir.

Amazon, Trendyol ve Hepsiburada gibi alışveriş sitelerinde hem site içerisinde hem de farklı internet ortamlarında, “işbirliği” adı altında sosyal medyada e ticaret reklamcılığı yaygın olarak kullanılmaktadır.



Resim 5. E-Ticaret reklam örnekleri (www.milliyet.com.tr)

E- Ticaret işletmeleri, birçok farklı ürünü pazarlamaya çalıştıkları için çoğunlukla “Dinamik Arama Ağı Reklamları'nı” kullanmaktadırlar. Bu tür reklamlarda Google dizininde indekslenen e-ticaret sitelerinin ya da veri tabanlarından işletmenin sayfaları içe aktarılır sonrasında ise web sitelerinde geçen kelimelere göre içerik otomatik olarak oluşturularak reklam yayınlanmaktadır.

Sonuç Yerine

İnternet geliştikçe, çevrimiçi reklamcılık seçenekleri de gelişmektedir. Günümüzde bir dijital pazarlama stratejisine entegre edebileceğiniz birçok farklı

reklam türü vardır. Çevrimiçi reklamcılığın gelişmesiyle, en son trendler, yeni teknikler ve stratejiler konusunda güncel kalmak oldukça önemlidir. Mağazaların geleneksel ortamdan internet ortamına doğru yönelmesi birtakım avantajları beraberinde getirirken aynı zamanda çağı yakalama, rakiplerin gerisinde kalmama gibi motivasyonlarla yoğun bir çabayı da beraberinde getirmiştir.

Çevrimiçi görsel mağazacılık, sesli ticaret, web sitesi tasarımları ve internet reklamcılığı gibi birçok farklı yöntemle geleneksel mağaza hissiyatını müşterilere sunabilmek adına işletmelerin geleceği açısından stratejik olarak kurgulanması gereken bir süreçtir.

Teknolojinin her geçen gün gelişmesi, yapay zekanın yaygın olarak kullanılır hale gelmesi, metaverse sayesinde sanal dünyayı daha aktif olarak kullanabilmek, mağazacılık ve reklam sektöründe yetişmesi oldukça zor değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. Kullanıcıların hayatını oldukça kolaylaştıran teknoloji, işletmelerin ise hem korkulu rüyası hem de en yakın destekçisi olmak gibi çelişkili bir rol üstlenmektedir.

Kaynakça

1. Aravindan D, Supriya P, "Face Recognition Authenticated Voice Assistant System for the disabled", *2021 Second International Conference on Electronics and Sustainable Communication Systems (ICESC)*, pp.1220-1226, 2021.
2. Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail management: A strategic approach*. Pearson Education Limited. Golden ve Zimmerman, 1986
3. Berman, B.; Evans, J.R. (1998). *Retail Management: A Strategic Approach* ' 7. Baskı, Prentice-Hall, Inc.,
4. Bhalla, S., & Anuraag, S. (2010). *Visual merchandising*. Tata McGraw-Hill Education.
5. Burke, R. R. (2002). Technology and the customer interface: what consumers want in the physical and virtual store. *Journal of the academy of Marketing Science*, 30(4), 411-432.
6. Buttle, F. (1987). Can you afford to ignore merchandising? *Management Decision*.
7. Colborne, R. (1996). *Visual merchandising: The business of merchandising presentation*. United States of America, Thomson Learning Inc.
8. Dailey, L. (2004). Navigational web atmospherics: Explaining the influence of restrictive navigation cues. *Journal of Business Research*, 57(7), 795-803.
9. Guo, F. Y. (2009, July). User experience research and management of online advertising and merchandising. *In International Conference on Internationalization, Design and Global Development* (pp. 457-466). Springer, Berlin, Heidelberg.
10. Kerfoot, S., Davies, B., & Ward, P. (2003). Visual merchandising and the creation of discernible retail brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
11. Li, C., Park, J., Kim, H., & Chrysostomou, D. (2021, March). How can i help you? an intelligent virtual assistant for industrial robots. *In Companion of the 2021 ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction* (pp. 220-224).
12. Mike Krey, Rubén Ramirez Garcia, "Voice Assistants in Healthcare: The Patient's Perception", *2022 8th International Conference on Information Management (ICIM)*, pp.120-130, 2022.
13. Peterson, R. A., & Balasubramanian, S. (2002). Retailing in the 21st century: reflections and prologue to research. *Journal of retailing*, 78(1), 9-16.
14. Poloian, L. G. (2003). *Retailing principles: a global outlook*. Fairchild Books.

- 15.Rabassa, V., Sabri, O., & Spaletta, C. (2022). Conversational commerce: Do biased choices offered by voice assistants' technology constrain its appropriation?. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121292.
- 16.Roggeveen, A. L., Grewal, D., Karsberg, J., Noble, S. M., Nordfält, J., Patrick, V. M., ... & Olson, R. (2021). Forging meaningful consumer-brand relationships through creative merchandise offerings and innovative merchandising strategies. *Journal of Retailing*, 97(1), 81-98.

17.İnternet Kaynakları

- 18.Taylor, Daniel (2022). Online Visual Merchandising: Product Display Tips for Fashion Boutiques <https://www.fomoagency.com/online-visual-merchandising-product-display-tips-for-fashion-boutiques/>
- 19.Altier İnternet Sayfası Erişim 16. 12. 2022 <https://www.altier.com.tr/tr/blog-detay/gorsel-magazacilik-visual-merchandising>
- 20.Exemedy İnternet ayfası Erişim 15.12. 2022. <https://www.exemedy.com.tr/hizmetlerimiz/e-ticaret-alisveris-sitesi>
- 21.Milliyet Gazetesi İnternet Sayfası, 2022. <https://www.milliyet.com.tr/>
- 22.Textile Today İnternet Sayfası Erişim: 15.12.2022.
- 23.<https://www.textiletoday.com.bd/online-visual-merchandising-instillation-process-fashion-industry/>
- 24.Yotpo İnternet Sayfası Erişim: 16.12.2022 <https://www.yotpo.com/resources/online-merchandising/>

**ENSTALASYON BAĞLAMINDA
SARKİS ZABUNYAN**

Öğr. Gör. Handan Sabriye YAMAN

*Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi,
Bucak Emin Gülmez Teknik Bilimler MYO,
Bilgisayar Destekli Tasarım ve Animasyon Bölümü, Bucak, BURDUR
0000-0001-5793-4048*

Giriş

Rusya, Stalin dönemi (1928-1953)'nde sıkı bir rejime girmiştir. Milliyetçilik ve din kavramlarının varlığı tehdit unsuru sayılıp savununlar cezalandırılmıştır. Laçiner'e göre komünist olmayan her ne varsa doğrudan dışlanıp Laçiner'in deyimiyle 'temizlenmeye çalışılmışlardır' (Laçiner, 2008, 121).

Pek çok şair, yazar ve sanatçı da bu baskılardan payına düşeni almıştır. Rejim ile ermeni kiliseleri de kontrol altına alınmaya çalışılır. Ardından patlak veren II. Dünya Savaşı ile Ermeni milliyetçiliği ve kilisesini destekleyici nitelikte gelişmeler yaşanır. Ancak Sovyet Rusya, Ermeni Sorunu ile dış ilişkilerine biçim vermek isteyince Türkiye aleyhine sonuçlar doğurur.

Türkiye II. Dünya Savaşı'na girmek istemese de girmesi için SSCB baskılarını uygular. Türkiye'nin SSCB'ye güvenmemesi, yeterli savaş hazırlığının olmaması gibi durumlardan savaşa girmemesi altında yatan asıl sebep SSCB'ye olan güvensizliğinin Almanya baskısından ön planda olmasıdır. Çünkü;

“Olası bir Rus işgali Türkiye'yi daha çok endişeye sevk etmiştir. İnönü' ye göre yeterli maddi ve yasal garantiler alınmadan savaşa girilmesi halinde Sovyet orduları 'kurtarıcı' olarak Türk topraklarına girebilirdi. Aslında endişeler karşılıklıydı: Moskova'nın korkusu da Ankara'ya verilecek silah yardımlarının aslında Almanya'ya değil Sovyetlere karşı kullanılabilecek olmasıydı.”(Laçiner, 2008, 124).

Stalin Ermenistan'da daha önce kapattırdığı kiliseleri tekrar açtırıp sürgün ettiği din adamlarını görev başına getirir ve yetkilerini genişletir. Böylece Ermeniler için dini lider daha kuvvetli hal alıp Türkiye'deki mevcut toprakların Ermenilere ait olduğuna dair söylemleri çok daha kolay yapılabilecekti. Hatta Ermenistan'a dönüş politikası üzerinden bunu yapamayanların 'Ermeni ulusunun ruhani topluluğu içinde olmadığı' (Laçiner, 2008, 127) ilan edilir.

Türkiye, Sovyet istekleri sona erince ve NATO tam üyesi olunca Ermeni Sorununun kapandığı düşünülür. Stalin döneminde Ermenistan, sanayileşme ve modernleşmeyi çok hızlı yaşar. Dış politikada milliyetçilik akımı iç politikadakiyle aynı fazda değildir. Bu yüzden 1956-1962 arası Sovyet Ermenistan'da Stalin sonrası Stalin'den arındırılma politikası izlenir. 1960'lı yıllarda Ermenistan'da iç politikada milliyetçilik gittikçe hız kazanır.

1955 yıllarında dönemin 'Kıbrıs Türktür!' seslerinin yükseltildiği günlerde 6-7 Eylül pogromu meydana gelir. Ancak bu olayların sonuçların etkisi günümüze kadar gelir.

Sarkis'in kızı sanat eleştirmeni olan Elvan Zabunyan tarafından kaleme alınan Sarkis otobiyografisinde kendi anılarını bize aktarır.

‘... 1955 yılı sanatçı için başka bir dönüm noktası daha oluşturur... Bu olaylar 6-7 Eylül 1955'te İstanbul'u harap eden, kentteki gayrimüslimlere ait dört binden

fazla konutu, tapınağı ve dükkânı yerle bir eden olaylardır. 'Camekânları kırdılar, içeride ne varsa her şeyi sokağa attılar. Zeytinyağı, sirke ve çeşit çeşit baharat kokuları sokağa yayılmış kumaş ve halılara siniyordu, koku bugün bile burnuma gelen bir kent kokusuydu' dedi babam bana. Orhan Pamuk da, İstanbul'da o belleklerden silinmeyecek olayları anımsar: '1955 yılında İngilizler Kıbrıs'tan çekilir, Yunan hükümeti adayı bütünüyle devralmaya hazırlanırken Türk gizli servislerinden bir ajan, Selanik'te, Atatürk'ün doğduğu eve bir bomba attı. Bu haber ikinci baskı yaparak olayı büyüten İstanbul gazetelerince bütün şehre duyurulunca gayri Müslim azınlıklara düşman bir kalabalık Taksim Meydanı'nda birikti ve önce Beyoğlu'nu, annemle gittiğimiz bütün o dükkânları, sonra bütün İstanbul'u sabaha kadar yakıp yıkıp yağmaladı.' (Baytar, 2010)

Sanatçı, 1938 İstanbul doğumludur. 1957-1960 yılları arasında İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'nde (şu an Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi olan) resim öğrenimi görür. Baytar'ın aktarımına göre Zabunyan'ın kızı Sarkis için, doğumundan itibaren diasporalı olduğu ve kendisine bu şekilde davranılarak sert süreçlerden geçtiğini belirtir. Aynı zamanda 6-7 Eylül olaylarında tüm o yakımyıkıma tanıklık etmiştir (2010). İlk kişisel sergisini 1960 yılında İstanbul Sanat Galerisi'nde açar.—Günümüz kavramsal sanatçılarından. Aynı zamanda çevresel sanat ve enstalasyon çalışmaları bulunan sanatçının 500'den fazla eseri mevcuttur.

Paris'teki sergiye Avrupalı ve Amerikalı sanatçılarla birlikte Sarkis'te katılır. Sergi alternatif tekniklere yer vermektedir. Sarkis'in bu sergiye katılımı ve yurt dışında yaşayıp çalışması onu yabancı sanatçı kategorisinde değerlendirilmeye uygun görülecektir.



Görsel1: Mekano + Goudron: 1970, Paris

Kaynak: <https://www.sarkis.fr/en/1970-en/1970-mekano-goudron/>, 2022

Sarkis, suluboyadan üç boyutlu çalışmalara, enstalasyonlara geçiş yapacaktır. Katran gibi malzemelerle hazır nesnelerden yararlanmaya başlayacaktır.



Görsel2: 1971 – Köprü Üstünde Havlayan Beş Kurt Köpeği, Paris - Modern Sanat Müzesi

Kaynak: Milliyet Sanat Dergisi. Kişisel Arşivlerde İstanbul Belleği, Taha Toros Arşivi.

Sanatçının Paris’te açtığı sergiyle kendisini sanatın önemli bir noktasına taşıdığını gösterir. Bu sergiyle ilgili, önemli bir sanat yönlendiricisi olan “Pasriscope” dergisi, sanatçının sergisiyle Paris’teki varlığını açıkça beyan ettiği şeklinde açıklama yapar (Oral, 1979, 18).

Sanatçı sergide, yerde 5 adet kurdun 2 boyutta çizimleri ve üzerlerinde teyplerin bulunduğu bir çalışma yapmıştır. Bu teypten düzensiz aralıklarla köpek havlamaları duyulmaktadır. Köpeğin havlama sesiyle her an saldırıya geçebilecek bir öge üzerinde durulur. Aynı zamanda kullanılan metal, elektronik aletlerin sertliği ile 2 boyutta kullanılan katranın yumuşaklığı çelişkisi dile getirilir.

Sergide Sarkis’in ‘III. Reich’ isimli eseri için kullandığı malzemeler arasında metal plakalar, katran, elektrik akımını geçiren parçalar, teller, neon ışıkları, vb. araçlar vardır. Bu ve benzeri malzemelerin yanında Sarkis;

“Bir masa, bir iskemle, bir daktilo, bir mikrofona, bir teyp, bantlar, ses alıcısı... İki dev hoparlörden bildiğimiz adlar, İkinci Dünya Savaşı “kahramanlarının” adları, hemen ardından, daktilonun sert, katı vuruşları duyulmaktadır. Hitler, Himmler, Goebbels, Ribbentrop.. Beş yüz kişinin adı binlerce kez söylenir. Hitler’in doğumundan, Nuremberg duruşmalarına dek geçen sürede, tüm bir tarihi yalnız ve yalnız adlar aracılığıyla yeniden kurarız. Sarkis burada, “Başlangıcından Çöküşüne III. Reich” kitabından yararlanmış. Sayfa sayısı bini aşan bu kitabın ilk sayfasından sonuna değin içinde geçen her adı banta okumuş, daktilosuyla bir kâğıda yazmış. Bu bantları her biri 60 kilo ağırlığında olan küçük

kasalara saklamış. Yalnız adlar aracılığıyla bir savaşın gerçekliği verilirken, gene yalnız bu adlar, bu adların gücü, yoğunluğu aracılığıyla da milyonlarca savaş kurbanının yokluğu ve sıradanlığı duyulur. Bu bantların ateşe, suya, zamana karşı korunmaları için kasalara konulması, iktidar çatışmasının, lanetlenmiş adların, yıkıcı güçlerin sonsuza dek anımsanacaklarını simgelemektedir.”(Oral, 1979, 20).

Jean Clair’in, “Fransa’da Sanat: Yeni Bir Kuşak” adlı yazısında dediği gibi, Sarkis, mevcut gerçeklikle arasına mesafe koyuyor. Kullandığı malzemelerle mevcut gerçeklikten uzaklaştırıyor. Eserlerinde günümüz teknolojisinin mükemmelliği değil karmaşık, nikel kaplı bir medeniyet hâkimdir. Ama geçmişten ve bilim öncesini keşfeden tarihin derinliklerinden gelen bir tavır ile. Kullanılan malzemeler (bunlar hep eski, daha önce kullanılmış diyelim) malzemeler) yeni işlevler için kullanılır, malzemelerin kendi fizik yasalarına göre değil, özünde büyümlü niteliklere sahiptir (Doğruer, 2008, s.138).



Görsel3: Blackout 1 (seri), 1974

Kaynak: <https://docplayer.biz.tr/docs-images/104/165836588/images/16-0.jpg>, 2022

“...Galerinin zemini katranla kaplanır. Zeminden kesilip alınan bir parça yakıldıktan (yani karartıldıktan) sonra duvara yapıştırılmıştır. Bütün bu karartmalar, bir yandan bir şeyleri örterken, gizlerken, korurken, öte yandan geri-sindekini, görünmeyi, araştırmaya zorlayıcı bir çabayı gerektirmektedir. Burada da çatışan güçlere tanık oluruz. Burada da çatışmanın sembolleri aracılığıyla yaşamın her anında karşı karşıya geldiğimiz baskıya ve o sonsuz gerilime tanıklık ederiz.”(Oral, 1979, 20).

Sarkis Zabunyan ise Oral’ın açıklamasına göre kendi cümleleriyle ‘Black-out’ hakkında öncelikle anlamının bir askeri terim olduğunu belirtir. Gizlenmesi gereken durumları tanımlar. Ancak bu, daha iyi saldırı için gizlenme ihtiyacını da vurgular. Sözcüğün başka anlamları da vardır: zihni geçici olarak tüm

düşüncelerden arındırmak, gizli işleri örtbas etmek, vb. Bu başlık ile sanatçı, içindeki ve arkasındaki "siyah"ları çıkarırken katranı yakarak karartma yapar (1979, 20).

“II. Dünya Savaşı sırasında Paris’teki bir örgüt tarafından para toplamak için kullanılan Mussolini ve Hitler’in konuşmalarının kaydedildiği 12 plağı zımparalayarak bozmuş ve bu işlemi kayda almıştır. Böylece plaklar hem ses çıkaramaz hale gelmiş, hem de silahların metal rengine bürünmüştür. Sergi bu bozulan plaklarla, bozulma sürecinin kaydedildiği bantlardan oluşuyordu” (Atakan, 2015, 39).

Sarkis İstanbul’da gerçekleştirdiği ilk sergisinde ilk çalışmalarını yaptığı çaylak sokaktaki evini enstalasyon çalışması olarak sunar. Sanatçı çalışmasına evinin bulunduğu sokağın ismi olan 'Çaylak Sokak' ismini vermiştir. Bu sergisiyle kırılma yaratan düzenlemeler içerir. Sanatçı çalışmalarında bireysel hafıza birikimi, bu birikimin aktarılma biçimi ön plandadır (Doğruer, 2008, 139).



Görsel4: 'Çaylak Sokak', Maçka Sanat Galerisi, 1986, İstanbul

Kaynak: <https://www.google.com.tr/search?biw=1280&bih=645&tbm=isch&sa=1&ei=rVIEWselGo2jwALt6oegBg&q=sarkis+zabunyan+eserleri>, 2022

“Sarkis’in çalışmasında özel ve ayrıcalıklı bir alana (kültür alanına), özel ve ayrıcalıklı bir ürünle (sanat yapıtıyla) katkıda bulunmak söz konusu değil. Hayır, o, spekülasyona yol açan ekonomik baskının dışında bir yöntemle yepyeni ilişkiler benimsemiş. Bir müze ya da bir galeri, sergi açmasını istediği vakit belirli bir aylık istemektedir. Çünkü “Değerli olan, o müzede gösterilen şey değil, onu gerçekleştirmek için benim verdiğim emektir” diyor. Nitekim, sergilerinin çoğunda satılık bir şey yok. Belli bir alanı kaplayan “iş” sergiden sonra yok ediliyor. Ve bu “iş”lerin anılarını (eskiz olsun, fotoğraf olsun, yazılı belge olsun) satışa çıkarmıyor. Ancak, bundan sonraki “iş”lerinde kullanacaklarını saklıyor” (Oral Z, 1979, 21).

Sanatçının tek yapıtlı sergisinin ismi “Savaş Meleği”dir. Sarkis’in savaşlara son vermek için yüzyıllar önce yapılan küçük bir alet - heykelden etkilenerek oluşturduğu yapıttır. Sarkis’in şaşkın bakışlı, çıplak ama miğferli meleğinin kanatlarına özellikle açılış günü çok sayıda katılımcının kendisinden birer parça olan parmak izleri eklenmiştir.

Bazı sanatseverler için yasak olmasına rağmen bir esere dokunmak karşı konulamaz bir istektir. Onlar için eserlerle yakın temas halinde olmak, onlara dokunmak bir anlamda sanatçıyla iletişim kurmak anlamına gelir. Bu sefer tam tersi olur. Sarkis'in "Savaş Meleği" adlı eseri Maçka Sanat Galerisi'nde sergilenir ve dokunulmaya teşvik eder. Soldaki kırmızı damga, sağdaki yeşil damga olacak şekilde bizden bir iz bırakmamızı ister (Filoğlu, 1989).



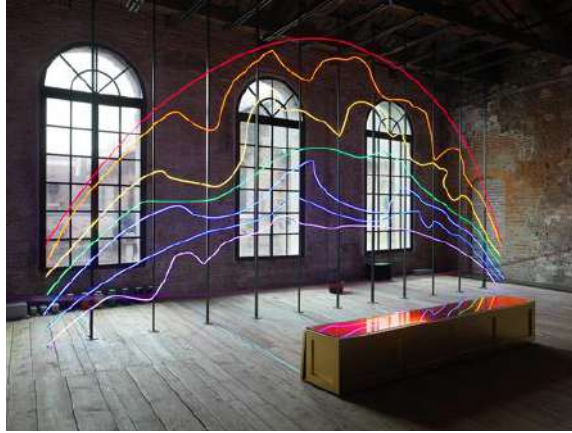
Görsel5: Bir İkona, 2010, İstanbul

Kaynak: <https://cdn1.ntv.com.tr/gorsel/Iu4XfQVZHUiymd-shHv62w.jpg?width=960&mode=crop&scale=both>, 2022

Küratörlüğünü René Block'un üstlendiği çağdaş sanat sergilerinden “İstiklal Serüveni” serisinin on birincisi Sarkis'e özel ayrılır. Sanatçı bu seri için “Bir İkona” adlı yeni bir enstalasyon üretir. Sarkis sergisinin tanımı: ‘İstanbul'daki ilk yerleştirmemin adı "Çaylak Sokak"tı (25 Şubat 1986, Maçka Sanat Müzesi). Çaylak Sokak, Taksim'in Talimhane semtinde doğduğum evin bulunduğu sokak. O kat, bugüne kadar aile tarafından tutuluyor. İlk çalışmalarım o apartmanın küçük bir odasında başladı. Bu sergi, 1940'lar, 1950'ler, 60'lar, 70'ler, 80'ler, 90'lar ve bugüne atıfta bulunarak, bu yaşam alanını bir İKONA gibi bu sergi alanına davet ediyor’ şeklinde yapar (Ntv.com.tr). Bu maket sanatçının doğduğu evin bir kopyasıdır. Herkesin sahip olduğu apartman katını bu çalışması ile sanatçı bir anda kutsallaştırıyor. Doğum, ölüm gibi yaşamlarla bezeli olması, ilk çalışmalarını yine burada çıkarması ile bir ‘ikona’ya dönüştürüyor. 22 ayar altın varak kaplama olması da soyut olan değerini somut bir şekilde gösteriyor. Aynı zamanda bu çalışması 1986 yılında yaptığı ‘Çaylak

Sokak' adlı enstalasyon çalışmasını 25 yıl sonra noktalamış oluyor ve sanatçı o çalışmasını buradaki enstalasyonu içine yavaş yavaş yerleştirdiğini dile getiriyor. Böylece 'Çaylak Sokak'ta kullandığı eşyalarla enstalasyon elemanları beraber yaşamaya başlarlar.

Sanatında bellek ve anı kavramlarını kullanan sanatçı, duvara yerleştirilmiş neon çalışması bir takım objelerle zenginleştirilmiştir. Sanatına dair belirli dönemleri renkli neonlarla yazan sanatçı, neonların önüne yine kutsallık taşıyan bir heykelcik yerleştirmiştir. Neon seçimini sanatçı, hem gazino şarkıcılarının isimlerini neonlarla yazımını ağıştırır hem de kendi etrafında sürekli dönerek adata bir ritüel gerçekleştiren heykelcik aslında sanatının başka katmanlarına referans vererek Sarkis'i anlamının kolay olmadığını vurguluyor. Aynı zamanda sanatın disiplinler arası bir noktada durduğuna değiniyor. Sanatçı neonların altına yere yerleştirdiği beyaz fona ise kendi etrafında dönen heykelciğine paralel olarak i içe geçmiş halkalar çizmiştir. Sanatçı döngüyü hem figürde hem de onun yansıdığı yüzeyde yaşatarak yine kutsal olanı, şimdiye taşıyarak geçmiş ile gelecek arasında bir yerde konumlandırmaktadır.



Görsel6: Venedik Bienali 56. Uluslararası Sanat Sergisi, Türkiye Pavyonu, 2015.

Kaynak:

https://idsb.tmgrup.com.tr/2015/12/02/GenelBuyuk/1449001683328_rs.jpg, 2022

Sarkis'in deyimiyle; "Zamanların başlangıcına, ilk gökkuşuğına, diğeri bir deyişle ışığın ilk kırılma anına gideceğiz. Tarih içindeki belirli anlara sabitlenmek yerine bugünün ve uzak geçmişin güncelliğine aynı anda sahip çıkacağız. Durağanlığa karşı dönüşmeye, dönüştürmeye, nefes almaya, hissettirmeye devam edeceğiz." (Sanatatak.com, 2011).

Sanatçı çalışmasında 100 yıllık bir tarihe bakmaksızın kırk bin yıllık bir resmi de referans alırken ilk çağda kırılmış bir gök kuşağını da referans alır. Farklı zamanlarda olan işleri birleştirip bir mekânda bütüne kavuşturmak ‘Respiro’nun amacı oluyor. Böylece sanatçı zaman, eş zamanlılık ve zaman öteligi kavramlarını tek bir çalışmasında birleştiriyor.

SONUÇ

Bireysel özelliklerinizde içerisinde yetiştiğiniz kültürden izler bulunması sebebiyle (Gün, 2021) Sarkis doğumundan itibaren büyüyene kadarki süreçte ailesi ile birlikte diasporalı damgası yiyerek toplumun farklı davranmasına neden olmuştur. Sanatçı, Türkiye doğumlu ve eğitilmiş olup toplumumuz olarak diasporalılara yapılan tüm davranışlara bizzat tanıklık etmiştir.

Sanatçının incelenen eserleri geçmiş, bellek, yaşanan anılar, hissedilenler gibi derin alt metinleri içermektedir. Sanatçı eserlerindeki alt metinlerinin yanı sıra eserlerinde kullandığı malzemelerle de derinlikler barındırır. Metalin sertliği, katranın karalığının yanında geçmişe ait kaynaklardan kullanarak yaşanmış olanı hatırlatır.

KAYNAKÇA

1. Akay, A. (2001). Sarkis'in Sergilerindeki Pedagoji. Cumhuriyet Kültür-Sanat. Kişisel Arşivlerde İstanbul Belleği, Taha Toros Arşivi. Erişim adresi: <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/16646/001510526006.pdf?sequence=1>. Erişim Tarihi: 16.12.2017.
2. Atakan, N. (2015). Sanatta Alternatif Arayışlar. Karakalem yayınları, İzmir.
3. Baytar, L. (2010). 6-7 Eylül'de Doğanlar Bugün 55 Yaşında. Erişim adresi: <https://bianet.org/bianet/azinliklar/124609-6-7-eylul-de-doganlar-bugun-55-yasinda>. Erişim tarihi: 18.12.2017.
4. Doğruer, T. (2008). Görsel Sanatlarda 1945 Sonrası Atık Nesne Kullanımı. Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
5. Filoğlu, L. (1989). Parmak Basmak Serbest. Kişisel Arşivlerde İstanbul Belleği, Taha Toros Arşivi. Erişim adresi: <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/16652/001510527006.pdf?sequence=1>. Erişim Tarihi: 16.12.2017.
6. Gün, S. (2021). Uluslararası Bir Dil Olarak İngilizcenin Öğretimi Sürecinde Kültür ve Kültürel Öğelerin Kullanımı. M. Kandemir, T. Bayrak ve Ö. Yiğit (Ed.), *Sosyal Bilimler Araştırmaları I* içinde (s. 377-383). Konya: Palet Yayınları
7. Laçiner, S. (2008). Ermeni Sorunu, Diaspora ve Türk Dış Politikası. Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu (USAK) yayınları, 1. Baskı. Ankara.
8. Ntv.com.tr. (2010). Çaylak Sokak'tan bir İkona. Erişim adresi: https://www.ntv.com.tr/turkiye/caylak-sokaktan-bir-ikona,c_ib_dPQjUatetBfD94iFA. Erişim Tarihi: 18.12.2017.
9. Oral, Z. (1979). Sarkis'in çatışma, savaş ve dehşeti simgeleyen (iş)leri Paris'in ünlü Beaubourg'unda sergilendi. Milliyet Sanat Dergisi. S: 18-21. Kişisel Arşivlerde İstanbul Belleği, Taha Toros Arşivi. Erişim adresi: <https://archives.saltresearch.org/handle/123456789/37297>. Erişim Tarihi: 16.12.2017.
10. Sanatatak.com. (2011). Sarkis, Nefes Dedi. Erişim adresi: <http://www.sanatatak.com/view/sarkis-nefes-dedi>. Erişim Tarihi: 18.12.2017
11. Sönmez, N. (1992). Belleğin Geleceğe Yansıması, Cumhuriyet Kültür-Sanat. Kişisel Arşivlerde İstanbul Belleği, Taha Toros Arşivi. Erişim adresi: <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/16623/001510530006.pdf?sequence=1>. Erişim Tarihi: 16.12.2017.

AVRUPA'DA ABD HEGEMONYASININ BİR ARACI OLARAK UKRAYNA SAVAŞI

Dr. Osman Tekir¹

Dr. İbrahim Attila Acar²

¹İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-0471-0013

²İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-9354-6971

Giriş

Küresel Covid salgınına ortaya çıkmadan önce Amerikan Hegemonik gücünün, geri döndürülemeyecek bir şekilde, düşüş içerisinde olduğu yaygın bir kabul olarak görülmekteydi. Bunun en önemli göstergesi, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nin II. Dünya Savaşı'ndan bu tarafa tesis ettiği ekonomik ve askeri gücüne dayanarak “küresel bir kibirle” kural koyan, yaptırım uygulayan, kendisi ile iş birliği yapmayan yönetimleri deviren, savaş ihraç eden, istikrarsızlıklar yaratan bir küresel güç niteliğini kaybetmesidir. Bunun da en önemli göstergesi, günümüzde küresel olayları yönetip yönlendirmede ABD'nin yetersiz kalmasıdır. Özellikle ABD'ye meşruiyet sağlayan insan hakları ve demokrasi söylemlerinin de meşruiyeti kalmamıştır. Bunun en önemli göstergesi, Ağustos 2021'de Amerikan askeri kuvvetlerinin yirmi yıllık bir işgalin sonunda, yenilgiyle, Afganistan'dan çekilmesidir. Ayrıca başta Çin olmak üzere Hindistan, Türkiye ve Brezilya gibi yükselen güçlerin ABD'nin politikalarına bir direnç içerisinde olmaları; müttefikleri arasında bile “güvenilmez ortak” olarak nitelendirilmesi, hegemonik düşüşün önemli işaretleri olarak nitelendirilmektedir.

ABD'nin düşüşü veya gerilemesi Amerikalı stratejistler tarafından bile yoğun bir şekilde tartışılırken, 2022 yılının Şubat'ında Rusya'nın Ukrayna'ya müdahalesi önemli bir dönüm noktasını oluşturdu. ABD'nin başında bulunduğu NATO tarafından, daha önce Sovyetler Birliğini oluşturan bazı ülkelerin NATO'ya dahil edilmesi, dolayısıyla gücün tahkim edilmesi için bir fırsat olarak görülmüştü (Sehgal, 2022). Ukrayna'da yaşananlar da ABD'ye hegemonik gücünün takviyesi ve bu gücün tekrar kendisini toparlayabilmesi fırsatını vermiş oldu. ABD'nin Ukrayna krizini kullanarak stratejik hedeflerine ulaşabilmek için bu krizden birden çok beklentisi ve çıkarının olduğu da bir gerçektir. Bu hedeflerinden bazıları Avrupa'yı, özellikle Almanya'yı zayıflatmak, mevcut ve potansiyel Alman-Rus iş birliğinden uzaklaştırmaktır. İngiltere'yi daha fazla yanına çekmek ve en önemlisi de 2000'li yıllardan sonra büyük bir ivme kazanan Avrupa-Çin ticaretini mümkün olduğunca sınırlandırmaktır. Hatta küresel bir rakip olan Çin'in, Ukrayna krizi vesilesiyle engellemesidir. Gerçekten Çin, ticarete ABD'ye önemli bir rakip konuma gelmesinin yanında konvansiyonel, nükleer ve teknolojik olarak da ABD ile bir rekabet içindedir (Haass, 2022).

Bu çalışma ABD'nin hegemonik gücünü, Ukrayna krizi üzerinden sürdürme çabalarına odaklanmıştır. Elbette bu süreçte Ukrayna-Rusya çatışmasına yön verme eğilimi, Avrupa Birliği (AB)'nin önüne geçme ve yine ABD'nin, Rusya ve Çin politikalarını şekillendirme gayreti bu çalışmada ele alınmaktadır.

1. ABD'nin Avrupa Politikası

ABD'nin Avrupa politikası çıkar ve uyum temellidir: Öncelikle ABD çıkar ve menfaatlerinin korunması ile AB'nin hegemonik bir güç olan ABD'ye uyum sağlaması şarttır. Dünya sisteminde bu durumun anlamı hegemonik güç olmaktır. Bu, “en güçlü bir güç” olmanın ötesinde bir anlam ifade eder. Dünya sistemi için sisteme yön vermek önemlidir. Böyle bir düzende her devletin kendi “ulusal çıkarını” takip etmesine izin verilmez. Ortak çıkarlar, sistem genelinde “barışın” devamı (büyük güçler arası çatışmaların önlenmesi), küresel makroekonomik istikrarın yönetimi ve küresel sosyal sözleşmenin inşasını amaçlar (Li, 2022).

Hegemonik bir güç, yükseliş döneminde sanayi, ticaret, finans ve askeri alanlarda diğer devletlere göre ezici bir üstünlüğe sahiptir. Bu üstünlük, hegemonik gücün iradesini diğer büyük güçlere dayatmasına, kuralları kendi çıkarları doğrultusunda koymasına izin verir. Hegemonik gücün emrindeki endüstriyel ve finansal kaynakların sistemdeki toplam kaynakların görece büyük bir bölümünü oluşturması ölçüsünde, ulusal çıkarlarının sistemin ortak çıkarlarıyla büyük ölçüde örtüşmesi makul bir şekilde beklenebilir. Böylece hegemonik güç, sistemin ortak çıkarlarını yönetmek ve desteklemek için hem güçlü bir şekilde motive olur, hem de gerekli kaynaklarla yeterince donatılmış olur. Bu anlamda hegemonya, uluslararası katılımın kurallarını belirleme ve bu kuralları uygulayarak devletler arasında düzen yaratma yeteneği (Schake, 2017: 1) anlamında kullanıldığında, bu yetenekte çok az ülkenin olduğu görülmüştür.

Belli dönemlerde rakip güçler arasında bir gücün, bir güç boşluğundan ya da diğer güçlere kıyasla (ekonomik, mali, askeri bakımlardan) yükselerek bu tür küresel kuralları belirlediği dönemler hep var olmuştur. 1815-1880 yılları arasında Britanya İmparatorluğu'nun bir güç politikası boşluğu içinde hegemonik gücünü en üst düzeylere taşımasının sebeplerinden biri sözü edilen dönemdeki güç boşluğundan yararlanmasıdır (Kennedy, 1989: 198). Günümüz Avrupası'nda da ülkeler, görece güçsüz ekonomilere, sosyal dengesizliklere ve parçalanmış kamuoylarına ve güvenlik zafiyetlerine liderlik etmek yerine, lider ülkeyi takip etmeyi tercih etmekte; bu nedenle bu ülkelerin, on sekiz ve on dokuzuncu yüzyılların ihtişamlı yıllarını tekrar yakalaması zor görünmektedir. Hele ki II. Dünya Savaşı'nın sonunda uluslararası arenada yaşananlar bunun canlı örneğidir.

Günümüzde tartışılmakla birlikte mevcut liberal dünya düzeni, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından ABD öncülüğünde Batı'nın batısı tarafından inşa edildi ve Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra özellikle Avrupa'da bir genişleme gösterdi. Tek bir gücün bile bölgeye hakim olmasına izin vermedi ve ABD ile müttefiklerine sırtını dönmesini engellemeyi hedefledi. Böylece Amerikan hegemonyası, daha önce kendisine karşı olan bölgesel rekabeti çeşitli yollarla

bastırdı ve kendisine rakip olabilecek güçleri bertaraf etti. Bunu gerçekleştirmek için ABD, I. ve II. Dünya savaşlarında Avrupa cephelerinde dört yüz bin askerini kaybetti (Berlinski, 2018). Bu rakam Vietnam, Kore ve Basra Körfezi dahil olmak üzere, 20. Yüzyılın diğer bütün çatışmalarındaki Amerikan ölümleri, bu sayının dörtte birin oluşturmaktadır. Bunun anlamı ABD ordusunun Avrupa'yı enkazdan kurtarıp yeniden inşa etmenin ve birleştirme planının ayrılmaz bir parçası olmasıdır. ABD uyguladığı muazzam güç ile Avrupa'yı kendi himayesinde pasifize edip birleştirebilirdi.

II. Dünya Savaşı sonrası Avrupalılar, ABD programları ile işbirliği yaptı. Marshall Planı da bunlardan birisidir. Bu plan, 20. Yüzyılda ABD'nin en büyük başarısı olarak görülmektedir ki Amerika'nın kalkınma girişiminde ilk önemli çıkışıdır ve yabancı topraklara askeri güç kullanılmadan giriş yapmasında bir dönüm noktasını oluşturmuştur (Brainard, 2007). ABD Marshall Planı çerçevesinde 13 milyar dolarlık bir yardımla, Avrupa'nın savaş sonrası toparlanmasına yardımcı oldu. ABD'ye karşı ekonomi ve özellikle diplomasi alanında önemli bir rakip olabileceği ihtimaline rağmen, Rusya'ya karşı güçlü ve bağımsız olarak yer alması, savunma yükünü de göğüsleyebilmesi nedeniyle uzun vadede ABD çıkarına idi (Kennedy, 1989: 478). ABD bu gücü ekonomik ve askeri tüm imkanları ile kullanmıştır.

Marshall Planı'nın, Avrupa'nın ekonomik toparlanmasına yardımcı olduğu fikri yaygın olarak literatürde yer almıştır. Bu yardım planının ABD tarafından Batı'nın batısı ülkeler üzerinde bir hegemon yapı kurduğu ile ilgili düşüncelerin de mevcut olduğu görülmektedir. Bu eleştirilerin ağırlık noktası ABD tarafından yapılan mali yardımların Avrupa kıtası üzerinde yaşanmakta olan ekonomik büyümeyi marjinal bir şekilde desteklediği veya pazarları genişleterek ABD kapitalistlerini zenginleştirmenin bir aracı olduğu iddialarıdır (Chollet & Goldgeier, 2005: 5). Ancak savaşın yıkıcı etkisiyle çaresiz kalan Avrupa ülkeleri, bu yardımlar sayesinde II. Dünya Savaşı sırası/sonrası ABD'nin oluşturduğu ekonomik ve siyasal düzene mecbur edilmiş oldu. Birleşik Devletler Kongresi'nin bu planı onaylamasıyla, tarihteki en büyük küresel stratejik girişimin yönü ve oluşumu belirlenmiş ve gerçekleştirilmiş oldu. Bu küresel strateji ABD için, "Avrupa'daki hayati çıkarlarını korumak" amacını taşıyordu (Payne & Thakkar, 2012). Avrupa'nın Soğuk Savaşla sonuçlanan bir süreçte, soğuk savaşı şekillendiren gerginliklere bilerek katkıda bulunduğu dile getirilmektedir (O'Brien, 2014).

Bu dönemde Bretton Woods sisteminin kabulü, Marshall Planı ve sonrasında NATO'nun kurulması, ABD'nin II. Dünya Savaşı sonrası yeni bir dünya düzeninin belirlenmesinde kilit bir rol oynamasında etkili olmuştur. Marshall Planı da ABD'nin, Amerika ve Avrupa pazarlarına erişiminde etkili olmuştur.

Çünkü üretim fazlası var idi. Plan çerçevesinde yapılan dış yardımların amaç ve hedefleri “Komünizmle mücadele retoriği”nin arkasına gizlenmiştir. Mesela 1947’de Yunanistan’da, komünist partinin seçimlerde öne geçtiği iddiası ve Komünist Partisi’nin “Rus bağlantısının” asılsız olduğu yıllar sonra anlaşıldı. Ama bu tehdit bahanesiyle ABD’den 400 milyon dolar dış yardım Kongre üyeleri tarafından çoktan onaylanmıştı (Tucker, 1997).

Sonuçta, Marshall Planı, II. Dünya Savaşı sonrası şekillenen “Yeni Dünya Düzeni”nin oluş(turul)masında önemli eşiklerden birisidir. ABD bu proje ile küresel hakimiyetini tesis ederken Rusya da toparlanmıştır. Pasifikte ekonomik, politik ve diplomatik açılardan yükselen bir güç olarak Çin’in ortaya çıkması, Amerika’nın küresel hegemonyasını sürdürmek için kullandığı araçları, benzer bir şekilde kullanması “küresel güç geçişi” ile ilgili tartışmaları beraberinde getirmiştir. Bu durum ABD’nin AB politikaları yanı sıra pasifikteki politikalarını da yenileme ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Rusya Ukrayna Savaşı, yeni süper güç rekabetinin geri dönüşünün habercisidir (Thibault, 2022).

2. ABD’nin Ukrayna Krizinden Çıkarları

ABD eski Ulusal Güvenlik Danışmanı Zbigniew Brzezinski, 1994’te Foreign Affairs’de yayınlanan yazısında Ukrayna’nın, ABD’nin gelecek vizyonu için önemli bir stratejik basamak olması gerektiğini savunmaktadır (Masters, 2022). Görünen o ki ABD için Ukrayna politikası yeni değildir. Giriş bölümünde dikkat çekildiği gibi aslında pek çok Avrupalı siyasal karar alıcı veya stratejist ABD’nin gerilemesini kaçınılmaz bir durum olarak görmektedir. Almanya ve Fransa’nın baskısıyla AB, Rusya ve Çin de dahil olmak üzere rakip küresel güçlerle ticaret ve enerji anlaşmanın yollarını aradı. ABD’siz Avrupa fikri, Rusya-Ukrayna çatışması ile büyük darbe yedi. ABD yeniden devreye girdi. Avrupa’nın bu krizde enerji bakımından Rusya’ya, ticaret için Çin’e bağımlı hale geldiği görüldü. Bu bağımlılık ile kimseye karşı bir koz ileri süremedi (McTague, 2022). Bunu da ilk fark eden Rusya Devlet Başkanı oldu (Ashford, 2022). ABD’nin Ukrayna krizini kullanarak hayata geçirmeye çalıştığı politikaları “güç ve denge” politikaları üzerinden incelemek mümkündür.

2.1. Avrupa Güç Dengesini Korumak

Dış ilişkilerde denge çıkarlara zarar verebilecek açık bir çatışmaya girmeden mümkün olduğu kadar çok hareket özgürlüğünü korumaktır (Gvosdev, 2020). Tek bir devletin veya devletler koalisyonunun Avrupa’ya veya Doğu Asya’ya hakim olmasını önlemek, en azından Birinci Dünya Savaşı’ndan bu tarafa ABD için jeostratejik öncelik olmuştur. Çünkü Avrupa ve Doğu Asya zenginlik,

demografi ve askeri-endüstriyel potansiyel açısından dünyanın en büyük gizli güç yoğunluğunu temsil etmektedir (Simon, Desmaele, & Becker, 2021: 94).

Avrupa ve Asya'daki güç dengelerinin korunması, ABD'nin çıkarlarını korurken ve ABD'nin küresel liderliğinin devamı için koşullar yaratırken, başka bir büyük gücün iradesini ABD'ye dayatabilme riskini azaltacaktır (Gvosdev, 2020). 2017 Ulusal Güvenlik Stratejisi'nin belirttiği gibi: "ABD, Hint-Pasifik, Avrupa ve Orta Doğu'daki olumsuz değişimleri önlemek ve rekabet etmek için irade ve yetenekleri sıralamalıdır".

Ayrıca, Atlantik ve Pasifik Okyanusları üzerinden Birleşik Devletler kıtasına doğrudan ve en kolay erişime sahip olan Avrasya "kenar bölgesi"nin iki parçasıdır. Tek bir güç herhangi bir bölgenin kaynaklarına hakim olmayı başardığında, ABD'nin küresel ekonomik ve stratejik etkisine ve hareket özgürlüğüne meydan okuyabilecek bir konuma sahip olacaktır. ABD coğrafi konumunun da elverişli olması nedeniyle bağımsız bir devlet olmasından bu tarafa politik düşüncesinde izolasyonist bir yön vardır. Ancak, birbirini izleyen savaş sonrası Avrupa ve Doğu Asya'da ileri üsler ve ittifaklar ağının sürdürülmesinin elverişli bir dengeyi korumanın en etkili yol olduğu görüşü benimsendi (Simon, Desmaele, & Becker, 2021: 95). Güç dengesi, Soğuk Savaş'ın kutuplaşmasını o kadar mükemmel bir şekilde tanımladı ki, Doğu-Batı düzeni kavramının ayrılmaz bir parçası haline geldi, hatta fiilen onunla eşanlamlı hale geldi (Pandey, tarihsiz).

20. yüzyılın büyük bir bölümünde ABD, hem Avrupa'da hem de Asya'da bir güç dengesi gerekliliğini kendi güvenliği için gerekli bir ön koşul olarak kabul etti. Tek bir güç ne Avrupa'ya ne de Asya'ya tek başına hakim değilse, ülkeleri birbirlerine odaklanır ve dikkatlerini ABD'den uzak tutmuş olurlar (Walt, 2002: 10). ABD, II. Dünya Savaşının sona ermesinden sonra sisteme hakim olma potansiyeli olan iki gücü, Rusya ve Almanya'yı dengelemeye çalıştı. ABD'nin önceliği kıta dengesini yeniden tehdit edebilecek olan Almanya'nın bu gücünü ortadan kaldırmaktı. Daha sonra vasalı durumuna gelen Batı Almanya'ya destek vererek Rusya'yı dengelemenin daha az maliyetli olduğu sonucuna vardı (Simon, Desmaele, & Becker, 2021: 95). Bu anlamda Rusya ve Almanya'yı ne çok güçlü ne de çok zayıf kılacak politikalar izledi. Batı Avrupa'daki önemli müttefiklerini (özellikle İngiltere ve Fransa) güçlendirdi ve yardım etti. Nitekim On milyarlarca dolarlık yardımla desteklenen Ukrayna'ya yardımın verilme sebebi, Rusya'yı "zayıflatmak" ve Rusya'ya karşı daha uzun süre dayanmasını sağlamaktır (Wright, 2022).

2.2. Elverişli Bir Avrupa Dengesini Korumak: Ne Çok Güçlü Ne Çok Zayıf

ABD, Avrupa dengesini korumak adına, Almanya ve Rusya'nın "ne çok güçlü ne de çok zayıf" duruma gelmesine yönelik politikalar izlemektedir. Çünkü Almanya veya Rusya'dan birinin artan gücü karşı tarafa zarar verebilir. Her iki gelişme ABD'yi Avrupa'da istenmeyen bir ülke haline getirebilir ve maliyeti yüksek olabilir (Simon, Desmaele, & Becker, 2021: 95). Ayrıca ortak dış tehditler ve meydan okumalar AB'nin zaman içinde deneyimlerden ders alması ve AB'nin kendi güvenliği için daha fazla sorumluluk alması gerektiğinin kademeli olarak anlaşılması sonucunu doğurabilir. AB ve ABD'nin güvenlik ve savunma konularına giderek farklılaşan yaklaşımları da bu gelişmeyi körüklemeye hizmet ettiği ifade edilmektedir (Riddervold & Newsome, 2018: 511). Bu yüzden Rusya-Ukrayna savaşının en büyük faydası Atlantik ittifakının canlandırılmasıdır. Yaptırımlar, birlikteliği güçlendirirken, Rus enerjisine olan bağımlılık risklere dikkat çekmektedir (Binnendijk, Hamilton, & Vershbow, 2022). ABD'nin endişesi ise Avrupa savunma gücünün, ABD desteği olmadan küçük çaplı operasyonları bile yürütme kapasitesinden uzak olmasıdır. ABD ve Avrupa savunma oluşumları bunu gerilimli bir şekilde fark etmiş oldu (Binnendijk, Hamilton, & Vershbow, 2022).

Almanya ve Rusya'yı zayıflatma politikaları uygulamaya konurken, Rusya üzerindeki ambargolar ve enerji ihracatının sınırlandırılması ekonomik açıdan zayıflamayı getirecektir. Bununla birlikte Almanya'nın enerji ithalatındaki zorluklar sanayi üretimini 2021 yılına göre %9 düşürdü. Enflasyon, II. Dünya Savaşı'ndan bu tarafa ilk kez çift haneli rakamlara yükseldi. Almanya'nın köklü enflasyon fobisi göz önüne alındığında, tüm bunlar yeterince sorunlu olarak kabul edilmektedir. Ancak ülke için daha da travmatik olan, 30 yıldan beridir ilk kez, ticaret dengesinin açık vermesi gerçeğidir (Fazi, 2022).

2.3. Avrupa İçi İşbirliği ve Çatışma Alanlarını Dengeleme

II. Dünya Savaşı'ndan bu yana ABD, Almanya ve Rusya yakınlaşmasını engellemeyi, politika olarak benimsemiştir. Ancak Almanya ile Rusya arasında eskiden beri ekonomik ilişkiler olmuştur. Ancak Rus nükleer tehdidi Avrupa için önemlidir. Almanya ile Rusya arasındaki yakın bir ilişki, Amerikan nükleer stratejisini işe yaramaz hale getirecektir (Baud, 2022).

ABD artan Alman-Rus iş birliğinin ortak mülkiyete yol açıp Avrupa dengesini bozarak ABD'nin bölgesel nüfuzunu ve hareket özgürlüğünü kısıtlayacağından endişe etmektedir. Bu dinamiğin önemli bir örneği, ABD'nin Rusya ile Almanya arasında 1200 km. uzunluğunda bir deniz doğal gaz boru hattı olan Kuzey Akım2 projesine başlangıcından bu tarafa karşı çıkmasıdır (Simon, Desmaele, & Becker,

2021: 99). Nitekim 26 Eylül 2022 tarihinde Kuzey Akım2'ye yapılan sabotaj ile Avrupa ülkelerinin ABD'ye bağımlılığı daha da pekişti. Sonuçta Rusya-Almanya arasındaki enerji iş birliği önemli bir darbe almış oldu.

İşin daha ilginç yanı ABD'nin, boru hatlarına yönelik herhangi bir saldırı olmadan, Kuzey Akım boru hatlarının karşı karşıya kalacağı tehditlerden dolayı, başta Almanya olmak üzere birçok Avrupalı müttefiki yaz boyunca uyarmasıdır. Şubat ayında ABD Başkanı Joe Biden, Almanya Başbakanı Olaf Scholz ile düzenlediği ortak basın toplantısında; "Eğer Rusya işgal ederse... O zaman artık Kuzey Akım2 olmayacak. Buna bir son vereceğiz. Size söz veriyorum, bunu yaparız" (Junrong, 2022) ifadesi sabotajın arkasındaki gücün kim olduğu ile ilgili fazlaca araştırmaya ihtiyaç bırakmayan, Avrupa'ya (Almanya'ya) meydan okuyan bir söylem olarak ortada durmaktadır. Nitekim Rus yetkililer de iddiaların "aptalca" olduğunu söyleyerek, Washington'un Avrupa'ya daha fazla sıvılaştırılmış doğal gaz (LNG) satmak istemesini, sabotajın ana nedeni olarak ifade ettiler. Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin de, "Anglo-Saksonlar için yaptırımlar yeterli değildi: sabotaj yoluna gittiler" diyerek "Kuzey Akım2'ye ABD ve müttefiklerinin sabotaj uyguladıklarını" ifade etmiştir (Orr, 2022). Buna ABD tarafından itiraz da gelmemiştir.

3. AB- Çin İlişkileri, Ukrayna Krizi ve ABD'nin Küresel Liderlik Çabalarına Etkisi

3.1. Çin'in İpek Yolu Projesi

Günümüzde Amerikan hegemonyasını destekleyen askeri, ekonomik, kurumsal ve ideolojik dayanaklar başta Çin olmak üzere yükselen güçler tarafından yoğun bir şekilde sorgulanmaya başlanmıştır. Daha önce de üzerinde durulduğu gibi ABD'nin II. Dünya Savaşı sonrası bazı Avrupa ülkelerine yaptığı Marshall Yardımının bir benzeri 2013 yılında Çin Devlet Başkanı Xi Jinping tarafından başlatılmıştır. Bu duyurulan girişim, eski İpek Yollarının canlandırılmasına yönelik bir projedir.

Ekonomik ve siyasal kapsayıcılığı bakımından bu projelerin birçok değişim ve dönüşümü beraberinde getireceği de beklenmektedir. En çok dile getirilen husus, II. Dünya Savaşından sonra küresel egemenliği ele geçiren ABD'nin bu egemenliği Çin'e devretmek zorunda kalacağına ilişkin değerlendirmelerdir. Yine İpek Yolu güzergâhları üzerindeki ülkelerde ekonomik ve siyasal istikrarsızlıkların hatta uluslararası terör olaylarının İpek Yolu güzergâhları ile ilintili olduğu konusunda değerlendirmelere de rastlamak mümkündür (Tekir & Demir, 2018: 192-193).

Yeni İpek Yolu girişimi küresel etkiye sahip en önemli "Çin stratejisi"dir. Bu strateji uyarınca ulusal gücü ikiyüz yıllık hedeflere ulaştırabilmek için 1.370

milyon Çinlinin, 770 milyon profesyonelin ve 72 milyon piyasa varlığının seferber edilmesi amaçlanmaktadır (Hu, 2018: 15). İpek Yolu Projesi Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarını birbirine bağlayarak ekonomik faaliyeti canlandırmak, bağlantıları ve kültür alışverişleri arttırmak, tüm insanlar için yaşam standartlarını yükseltmek ve barışı geliştirmek konusunda bütün uluslar için “kazan-kazan” esasına göre tasarlanmıştır (Raleigh, 2017). Marshall Planı ise Batı Avrupa’da bir Pazar ekonomisinin oluşturulması ve Batı Avrupa’nın yeniden yapılandırılması ve entegrasyonunu amaçlamış ve ideolojik bir karakteri vardır. Yeni İpek Yolu girişimi ise, yeni tür uluslararası kalkınma ortaklığı ile Asya ve Avrupa ülkelerinin çoğu için düşük ekonomik kalkınma seviyelerini iyileştirebilecek, kısa vadede iş alanları yaratabilecek ve onlar için büyümeyi teşvik edebilecektir. Temel iddiası, başta gelişmekte olan ülkelerdeki altyapı inşaatının tamamlamayı öncelemesi, küresel ekonomik toparlanmaya katkıda bulunması, ideolojik farklılıkları dikkate almayan bir proje niteliği taşımasıdır (Liu, 2018: 33).

Bütün bunlar dikkate alındığında ABD’nin karşı karşıya olduğu yapısal, kalıcı zorlukların Asya’dan ve daha az ölçüde AB’den geldiği görülecektir. Bu büyük güçler arasındaki etkileşimi belirleyen kararlar, bu yüzyılda Dünya Siyasetinin istikrarını ve istikrarsızlığını belirleyecektir. Rusya, ABD için akut, kısa vadeli bir sorun teşkil etmesine rağmen, Çin, orta ve uzun vadeli çok daha ciddi bir tehdit oluşturmaktadır (Haass, 2022).

3.2. ABD’nin AB Üzerinden Çin Politikası

Avrupa’yı yıkıma ve kaosa sürükleyen ve ABD askeri hegemonyasına ve NATO’ya bağımlı hale getiren iki dünya savaşından sonra, ABD’nin küresel bir süper güç haline geldiği bilinmektedir. Ortak güvenliğe giden bir yol arayan ABD ve Avrupa, 1975 yılında Sovyetler Birliği ile Güvenlik ve İş birliği Teşkilatı’nın yanında, işbirlikçi ve kapsamlı güvenlik yaklaşımının kurulduğu Helsinki anlaşmalarını imzaladı. Ancak Soğuk Savaş’tan sonra Rusya’nın NATO’ya katılma teklifini dört kez reddetti. Burada amaç Rusya’yı ABD hegemonyasını haklı çıkaracak hayali bir düşman haline getirmektir (Ping, 2022). 1999’dan bu yana ABD, NATO’nun sınırlarını doğuya doğru 1.000 kilometreden fazla genişletti. Pek çok Doğu Avrupa ülkesini de içine aldı. Ayrıca Ukrayna, Gürcistan ve diğer Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) üyelerine NATO üyeliği sözü vererek Rusya’nın eşiğinde gerçekçi bir tehdit oluşturdu.

Ukrayna krizinin başında Kuşak ve Yol Girişimi (BRI) etrafındaki projeler, Avrasya ve Avrupa’da sekteye uğradı. Çin’den Orta Asya’ya geçen yük trenlerinin “Çin ile BRI iş birliği” olarak tanımlanan bir umut ülkesi olan Ukrayna’ya ulaşması engellendi. Ukrayna projeleri durdu. Çin’in uzun süredir göz diktiği bir alt bölge olan Orta ve Doğu Avrupa’daki (CEE) projelere gelince, CEE ülkeleri

artık büyük ölçüde Ukrayna krizine odaklanmış durumdalar. Orta ve Doğu Avrupa hükümetlerinin, Rusya'nın eylemleri için bir özür olarak görülen Çin ile artık anlaşma yapma olasılığı daha düşük. Ayrıca, Çin'in 10 yıl önce enerji ve ulaştırma sektörlerindeki altyapı projeleri aracılığıyla bölgeyle etkileşim amaçlı başlattığı 16+1 formülü¹ zor görünmektedir. Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinin çoğu, Çin ile nispeten düşük ticarete sahip ve 75 milyar dolar değerinde bir ticaret açığı vermeye başlamıştır (Corre, 2022).

AB için Çin de önemli bir ortaktır. 2020'den bu tarafa AB'nin en büyük mal ticaret ortağı olan Çin, küresel tedarik zincirinin istikrarını ve bloğun büyüme beklentisini korumada kritik bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, ABD'nin bir rekabet içerisine girdiği Çin ile ekonomik "ayrışma", AB'nin çıkarlarına aykırıdır ve kaçınılmaz olarak AB'yi büyüme modelini, çok taraflılığa yönelik yol gösterici yaklaşımını yeniden incelemeye ve hatta yeniden yapılandırmaya zorlayacaktır (Zhang, 2022). Hatta ABD'nin Çin çıkarlarına karşı saldırgan bir tutum sergilemesi durumunda, bunun sonuçları AB için yıkıcı olabilir. AB uygun fiyatlı enerjiye, önemli Asya pazarlarına ve ucuz mallara erişimini kaybedebilir (Dinic, 2022).

Örneğin Almanya, ABD ve birçok AB ortağının Çin'e çok daha temkinli yaklaştığı bir zamanda Çin'e bir ziyaret gerçekleştiriyor. Çin, Rusya-Ukrayna krizinde tarafsız durmaya çalışması gerekirken, Rusya'ya verdiği destek, bir çok AB üyesi ülkede hoşnutsuzluğa yol açtı. Ancak sorunun köklerinin daha derinlerdedir. İtalya'nın yeni Başbakanı Giorgia Meloni uzun süredir Çin'i eleştirmekte ve Birleşik Krallık'tan Rishi Sunak, Çin'in nüfuzunu "kötü niyetli" olarak nitelendirme konusunda ABD ile hemen ortak bir zeminde buluşmaktadır (Karppanen, 2022).

Almanya Çin'le ilişkilerini bozmak istemez (Poushter & Austin, 2022). Çünkü 2021'de iki ülke arasındaki ticaret hacmi 245 milyar avro idi. Çin, son altı yılda Almanya'nın en büyük ticaret ortağı oldu. Bu dönemde Alman hükümeti Çin'de 11,3 milyar avroya kadar yatırım garantisi vermiş durumdadır, 1990'da Çin-Almanya ticareti Almanya dış ticaretinin sadece %1'ini oluştururken; 2021 yılında %9,5'e yükselmiştir (Zhang H. , 2022).

Geçtiğimiz yıllarda özellikle Obama döneminde, Amerika'nın Asya'ya "dönüşü"yle birlikte Almanya'nın güvenlik için ABD'ye tam olarak güvenemeyeceği fikri, Alman liderler arasında genel kabul gören bir anlayış

¹ Buradaki 16 sayısı Orta ve Doğu Avrupa'da yer alan ülkeleri (Estonya, Letonya, Litvanya, Polonya, Çekya, Slovakya, Macaristan, Slovenya, Hırvatistan, Romanya, Bulgaristan, Arnavutluk, Bosna-Hersek, Karadağ, Makedonya ve Sırbistan) ifade ederken, "1" ise Çin'i işaret etmektedir

haline geldi. ABD'nin, Ukrayna krizi döneminde Rusya'ya karşı birleşik bir Batı cephesi oluşturmaya çalışırken, ortaya koyduğu politikalar, Batı kanadında şüphe ile karşılanmaktadır (Karnitschnig, 2022).

ABD'nin Avrupa'yı kendi yörüngesinde tutarak hegemonik konumunu sürdürme amacının dışında, AB'nin Çin ile ilişkilerini sınırlandırmak suretiyle ticari menfaatleri de ek bir çıkar olarak görülebilir. AB'nin jeopolitik gücü ise ekonomik büyüklüğünden kaynaklanmaktadır. 450 milyon zenginden oluşan pazarı, araba ve telefon gibi ürünler için standartları belirlemeye yetmektedir. Şirketler bazen farklı bölgeler için farklı teknolojik versiyonlara sahip ürünler üretme maliyetinden kaçınmak için tüm ürünlerini Avrupa'nın yüksek standartlarında üretebilecektir.

İngiltere ise doğrudan olmasa da Kuşak ve Yol Girişimi'ni destekleyen ilk büyük gelişmiş ekonomi idi. Londra finansman konusunda da kilit bir katılımcı oldu. İngiliz ve Çin bankaları girişimi finanse etmek için iş birliği yapmaya davet edildi ve Birleşik Krallık hükümeti aynı amaç için yeni bir Asya Altyapı Yatırım Bankası (AIIB) fonuna katkıda bulunmayı kabul etti (Careem, 2018). Çin'in AIIB'yi yaratma motivasyonuna yönlendiren sebep iki yönlüdür: ilki, Asya'da yeni altyapının finansmanı ve inşası ile ilgili olanlar; ikincisi de ABD etkisinin aksine Çin'in Bretton Woods kurumlarının yönetiminde oynadığı rolün azalmasıdır (Bustillo & Andoni, 2018).

2015 yılında İngiltere, Çin'in "batıdaki en iyi ortağı" olmakla övünürken, ABD'nin karşı çıkmasına rağmen Asya Altyapı Yatırım Bankası'nın kurucu üyesi olmuştu. Hatta İngiliz diplomatlar AB ülkelerini Çin ile resmi bir ticaret ve yatırım anlaşması yapmaya zorlamıştı (McTague, Why Britain Changed Its China Stance, 2022). Ancak 2020 yılından itibaren İngiltere, Çin'i en sert eleştiren ülke durumuna dönüştü ve Huawei'yi 5G telekom ağından resmi olarak engelleyen ilk Avrupalı güç oldu. Eski bir endüstri bakanı olan Vince Cable, Birleşik Krallık hükümetinin Huawei 5G ekipmanını ve hizmetlerini yasaklama kararının "ulusal güvenlikle hiçbir ilgisi olmadığını" ve bunun Amerikan baskısı nedeniyle olduğunu (Fox, 2022) ifade etmesi, İngiltere'nin Amerika'ya geri dönüşünü açıklamaktadır (McTague, Why Britain Changed Its China Stance, 2022).

ABD Ukrayna krizinden de yararlanarak başta Almanya ve İngiltere'nin dış politik manevra alanını sınırlandırdı. Ancak Rusya ve Çin'in nasıl yönetileceği de dahil olmak üzere bazı konular tartışmalı kalmaya devam edecektir, AB'nin devam eden Rusya, Ukrayna ve AB'ye yönelik mevcut ABD politikalarını sürdürüp sürdürmeyeceği konusunda haklı endişeleri devam etmektedir (Archick, 2022: 20).

Sonuç

Rusya'nın Ukrayna ile çatışmasının temelinde Avrupa'nın II. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD'nin etki alanına girmesi, ve NATO aracılığıyla da Doğu Avrupa'ya doğru genişlemesi bulunmaktadır. Bu genişleme çabalarının ABD önderliğinde yapılması NATO'nun da silah ve güvenlik anamında bu desteği vermesi sonucunu doğurmuştur. NATO'nun doğuya doğru genişlemesi, aslında Avrupa'yı daha güvensiz hale getirmiştir. Bunda da ABD'nin rolü büyüktür. Çalışmanın belki en önemli çıktısı bu olmalıdır: ABD tarafından kışkırtılmış bir Ukrayna'nın Rusya ile çatışmayı göze alması (Shuo, 2022).

Karadeniz, kuzeyde Slav dünyası ile güneyde Türkiye arasında büyük bir doğal tampondur. Aynı zamanda - hem Rusya hem de Ukrayna için - okyanuslara giden güvenli bir geçiş yolunu temsil etmektedir. Milyonlarca ton buğday, un, ayçiçek yağı, ham petrol ve diğer malların Akdeniz'e ve oradan da dünyanın her yerine sevk edildiği stratejik bakımdan önemli bir geçiştir. Denizin altından geçen boru hatları Rus gazını TürkAkım üzerinden Türkiye'ye ve Güneydoğu Avrupa'ya göndermektedir. Avrupa'nın en büyük metropolü olan İstanbul, Karadeniz'e gelen ve Karadeniz'den gelen tüm gemilerin geçiş kapısı durumundadır (Wölfer, 2022). ABD'nin serbestçe giremediği tek iç deniz olması bakımından Karadeniz, yine ABD'nin NATO'yu kullanarak nüfuz alanı oluşturma çabası, Türkiye ve Rusya açısından önemli sonuçlar doğuracaktır. 40 yıllık soğuk savaş dönemi (1949-1989) Avrupa'da her iki tarafın kabul ettiği doğal sınırları da göstermektedir. Burada gerçekleşecek herhangi bir ihlalin sonucunun sıcak çatışma olacağı açıktır. Herfried Münkler'in deyişiyle "*Soğuk Savaş'ın "soğuk" tutulması*" tercih sebebidir (Münkler & Gelder, 2022) Ancak Rusya-Ukrayna çatışması AB'nin bu politikada başarısızlığını göstermektedir. ABD uygulamaya koyduğu politikalarla gerek AB-Rusya, gerekse de AB-Çin arasındaki dengelere zarar verdi.

Ukrayna Savaşı, Avrupa'da, enerji bakımından Rusya, ticaret bakımından Çin ve güvenlik bakımından ABD'ye bağlı ve bağımlı olmasının kırılmasını göstermiş oldu. Bu nedenle bu savaş Amerikan hegemonyasının sürdürülmesi çabalarında ne kadar işlev göreceği belirsiz olmakla birlikte; kısa dönemde enerji ve hammadde fiyatlarındaki yükselişe sebep olduğu ortadadır. Ancak uzun dönemde jeopolitik etkilerinin de oluşacağından hiç şüphe yoktur.

Kaynakça

1. Archick, K. (2022). *The European Union: Questions and Answers*. Congressional Research Service. <https://fas.org/sgp/crs/row/RS21372.pdf> (Erişim Tarihi: (01.10.2022)).
2. Ashford, E. (2022). *Europe Has an America Problem*. <https://www.nytimes.com/2022/06/28/opinion/nato-europe-united-states.html>, Haziran 28, (Erişim Tarihi: 10.10.2022).
3. Baud, J. (2022). The Policy of the USA has Always been to Prevent Germany and Russia from Cooperating More Closely. (T. Kaiser, Röportaj Yapan), Mayıs 31, (Erişim Tarihi:10.10.2022).
4. Berlinski, C. (2018). *Europe's dependence on the US was all part of the plan*. <https://www.politico.eu/article/europe-dependence-on-the-us-was-all-part-of-the-plan-donald-trump-nato/>, Temmuz 16, (Erişim Tarihi:12.10.2022).
5. Binnendijk, H., Hamilton, D. S., & Vershbow, A. (2022). *Strategic responsibility: Rebalancing European and trans-Atlantic defense*. <https://www.brookings.edu/articles/strategic-responsibility-rebalancing-european-and-trans-atlantic-defense/>, Haziran 24, (Erişim Tarihi:28.10.2022).
6. Brainard, L. (2007). *The Lessons of the Marshall Plan*. <https://www.brookings.edu/opinions/the-lessons-of-the-marshall-plan/>, Haziran 4, (Erişim Tarihi:11.10.2022).
7. Bustillo, R., & Andoni, M. (2018). China, the EU and multilateralism: the Asian Infrastructure Investment Bank. *Revista Brasileira De Politica Internacional*, 61(1).
8. Careem, N. (2018). *UK supports the 'Belt and Road Initiative' behind the scenes*. <https://www.scmp.com/special-reports/business/topics/special-report-belt-and-road/article/2164842/uk-supports-belt-and>, Eylül 20, (Erişim Tarihi: 12.10.2022).
9. Chollet, D., & Goldgeier, J. M. (2005). The faulty premises of the next Marshall plan. *The Washington Quarterly*, 29(1), 5-19.
10. Corre, P. L. (2022). *The Ukraine War's Impact on Sino-European Relations*. <https://ash.harvard.edu/ukraine-wars-impact-sino-european-relations>, Mayıs 17, (Erişim Tarihi:17.10.2022).
11. Dinic, L. (2022). *The Uncertain Trilateral Relationship – China, the European Union, and the United States*. <https://www.chinausfocus.com/foreign-policy/the-uncertain-trilateral-relationship-china-the-european-union-and-the-united-states>, Temmuz 29, (Erişim Tarihi:22.11.2022).

12. Fazi, T. (2022). *Did America cause Europe's energy war? Biden doesn't just want to weaken Russia*. <https://unherd.com/2022/10/did-america-cause-europes-energy-war/>, Ekim, (Erişim Tarihi:10.11.2022).
13. Fox, B. (2022). *UK banned Huawei because US told us to: former minister*. https://www.euractiv.com/section/politics/short_news/uk-banned-huawei-because-us-told-us-to-former-minister/, Ocak 11, (Erişim Tarihi:12.10.2022).
14. Gvosdev, N. K. (2020). *Russia's Impact on US National Interests: Maintaining a Balance of Power in Europe and Asia*. <https://www.russiamatters.org/analysis/russias-impact-us-national-interests-maintaining-balance-power-europe-and-asia>, Ağustos 5, (Erişim Tarihi:14.10.2022).
15. Haass, R. (2022). *The Dangerous Decade A Foreign Policy for a World in Crisis*. <https://foreignaffairs.com/united-states-/dangerous-decade-foreign-policy-world-crisis-richard-haass>, Eylül/Ekim, (Erişim Tarihi:3.12.2022).
16. Hu, A. (2018). The Belt and Road: Revolution of Economic Geograph and Era of Win-Winism. W. Liu (Dü.) içinde, *China's Belt and Road Initiatives Economic Geograph Reformation* (s. 15-33). Shanghai: Shanghai Jiao University.
17. Karnitschnig, M. (2022). *Germany's Pivot from America*. <https://www.politico.eu/article/germany-pivot-from-america>, Ocak 20, (Erişim Tarihi:12.10.2022).
18. Karppanen, A. (2022). *Germany and the EU's China Policy: Missing in Action?* <https://thediplomat.com/2022/10/germany-and-the-china-missing-in-action/>, Ekim 31, (Erişim Tarihi:11.11.2022).
19. Kennedy, P. (1989). *Büyük Güçlerin Yükseliş ve Çöküşleri*. (B. Karanakçı, Çev.) İstanbul: İş Bankası Yayınları.
20. Li, V. M. (2022). *The Collapse of American Hegemony and the Challenges of the 21st Century*. <https://zeitschrift-luxemburg.de/artikel/the-collapse-of-the-american-hegemony-and-the-challenges-of-the-21st-century>, Ekim, (Erişim tarihi:21.11.2022).
21. Liu, Y. (2018). The Belt and Road and a New Model of International Development Cooperation. W. Liu (Dü.) içinde, *China's Belt and Road Initiatives Economic Geograph Reformation* (s. 33039). Shanghai: Shanghai Jiao Tong University Press.
22. Masters, J. (2022). *Ukraine: Conflict at the Crossroads of Europe and Russia*. <https://www.cfr.org/backgrounder/ukraine-conflict-crossroads-europe-and-russia>, Ekim 11, (erişim Tarihi: 22.11.2022).

23. McTague, T. (2022). *What America's Great Unwinding Would Mean for the World, The conundrum facing America's allies is how to cope with a great imperial power in decline that is still a great imperial power.*
<https://www.theatlantic.com/international/archive/2022/08/europe-america-military-empire-decline/670960/>, Ağustos 22, (Erişim tarihi:10.10.2022).
24. McTague, T. (2022). *Why Britain Changed Its China Stance.*
<https://www.theatlantic.com/international/archive/2022/08/britain-china-us-foreign-policy-changes/670959/>, Ağustos 2, (Erişim Tarihi:10.10.2022).
25. Münkler, H., & Gelder, F. v. (2022). *Herfried Münkler: "The end of the old world order - Putin's attack on Ukraine ends the West's hope for a common 'we' of humanity."*
[https://www.researchgate.net/publication/359095836_translation_Herfried_Munkler_The_end_of_the_old_world_order_-_Putin's_attack_on_Ukraine_ends_the_West's_hope_for_a_common_'we'_o](https://www.researchgate.net/publication/359095836_translation_Herfried_Munkler_The_end_of_the_old_world_order_-_Putin's_attack_on_Ukraine_ends_the_West's_hope_for_a_common_'we'_of_humanity)
[f_humanity](https://www.researchgate.net/publication/359095836_translation_Herfried_Munkler_The_end_of_the_old_world_order_-_Putin's_attack_on_Ukraine_ends_the_West's_hope_for_a_common_'we'_of_humanity), Mart, (Erişim Tarihi:21.11.2022).
26. O'Brien, S. (2014). *Questioning the Marshall Plan in the Buildup to the Cold War.* <https://www.unh.edu/inquiryjournal/spring-2014/questioning-marshall-plan-buildup-cold-war>, Bahar, (Erişim Tarihi:11.11.2022).
27. Orr, A. (2022). *Sabotage or self-sabotage?: Why Russia's Nord Stream gas pipeline has caused a stir.* <https://www.sbs.com.au/news/article/sabotage-or-self-sabotage-why-russias-nord-stream-gas-pipeline-has-caused-a-stir/w1okl55y9>, Ekim 31, (Erişim Tarihi:29.11.2022).
28. Pandey, S. (tarih yok). *Balance of Power in International Relations.*
<https://www.legalserviceindia.com/article/I326-Balance-of-Power-in-International-Relations.html>, (Erişim Tarihi: 8.12.2022).
29. Payne, A. R., & Thakkar, B. S. (2012). *The Marshall Plan - Global Strategy and Foreign Humanitarian Aid.*
<https://www.intechopen.com/chapters/38349>, Ağustos 22, (Erişim tarihi:10.10.2022).
30. Ping, X. (2022). *US Hegemony: the Culprit of Ukraine Crisis.*
<https://www.globaltimes.cn/page/202203/1255314.shtml>, Mart 20, (Erişim tarihi:15.11.2022).
31. Poushter, J., & Austin, S. (2022). *The U.S.-German Relationship Remains Strong.* <https://www.pewresearch.org/global/2022/10/17/us-german-relationship-remains-strong>, Ekim 17, (Erişim Tarihi:14.11.2022).
32. Raleigh, H. (2017). *China's 'Project Of The Century' Aims To Unseat U.S. As World's Dominant Power.* <http://thefederalist.com/2017/06/12/chinas-projectcentury-aims-unseat-u-s-worlds-dominant-power>, Haziran 6, (Erişim Tarihi: 12.11.2022).

33. Riddervold, M., & Newsome, A. (2018). Transatlantic Relations in Times of Uncertainty: Crises and EU-US Relations. *Journal of European Integration*, 40(5), 505-521.
34. Schake, K. (2017). *Safe Passage The Transition From British to American Hegemony*. London: Harward University Press.
35. Sehgal, R. (2022). *Backround of Russia-Ukraine Issue*. <https://timesofindia.indiatimes.com/readersblog/burningissues/background-of-russia-ukraine-issue-41618>, Mart 5, (Erişim Tarihi:12.11.2022).
36. Shuo, W. (2022). *Only a united Europe can break NATO's control, gain autonomy*. <https://www.globaltimes.cn/page/202204/1257566.shtml>, Nisan 5, (Erişim Tarihi:12.10.2022).
37. Simon, L., desmaele, I., & Becker, J. (2021). Europe as a Secondary Theater? Competition with China and Future of America's European Strategy. *Strategic Studies Quarterly-Perspective*, 90-115.
38. Tekir, O., & Demir, N. (2018). Ekonomik ve Siyasal Bir Araç Olarak Yeni İpek Yolu Projesinin Küresel Sistem Etkileri. *Sosyoekonomi*, 26(38), 191-206.
39. Thibault, S. (2022). *Shortly after Russia invaded Ukraine in February*. <https://foreignpolicy.com/2022/09/02/us-grand-strategy-ukraine-russia-china-geopolitics-superpower-conflict/>, Ağustos 2, (Erişim Tarihi:9.11.2022).
40. Tucker, J. A. (1997). *The Marshall Plan Myth*. <https://mises.org/library/marshall-plan-myth>, Ocak 7, (Erişim Tarihi:12.11.2022).
41. Walt, S. M. (2002). American Primacy. *Naval War College Review*, 55(2), 8-20.
42. Wright, R. (2022). *Ukraine is Now America's War, Too*. <https://www.newyorker.co/news/daily-comment/ukraine-is-now-americas-war-too>, Mayıs 1, (Erişim tarihi:11.11.2022).
43. Wölfer, K. (2022). The Black Sea and Turkey in Focus. <https://www.gisreportsonline.com/r/black-sea/>, Nisan 20, (Erişim Tarihi:4.12.2022).
44. Zhang, H. (2022). *Where are China-Germany Relations Headed?* <https://www.gisreportsonline.com/r/china-germany-relations/>, Kasım 1, (Erişim tarihi: 2.12.2022).
45. Zhang, Y. (2022). *The War in Ukraine Is Not a Watershed in China-EU Relations – Yet*. <https://thediplomat.com/2022/08/the-war-in-ukraine-is-not-a-watershed-in-china-eu-relations-yet/>, Ağustos 17, (Erişim tarihi:15.11.2022).

**KONJOİNT ANALİZİNİN TÜKETİCİ
ARAŞTIRMALARINDA KULLANIMI ÜZERİNE BİR
UYGULAMA:BOYA SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ**

Aytaç KESKİNLİ ¹

Dr. Öğr. Üyesi İsmail DURAK²

*(Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,
ORCID:0000-0001-6182-321X)*

*(Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü,
ORCID: 0000-0002-8898-9639)*

Giriş

Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2021 yılı itibarıyla Türkiye, sektör olarak Avrupa'da beşinci boya üreticisi konumunda olup ülkede yapılan üretimin toplam kapasitesi yaklaşık olarak yılda 800 bin tondur. Bu kapasitenin kullanımı ise %65 seviyesindedir. Toplam üretim kapasitesi detaylandırılırsa bu kapasitenin %55'ini su bazlı boyalar ve %45'ini solvent bazlı boyalar oluşturmaktadır. Ayrıca, boya üretiminde yerli hammadde kullanım oranı %35'tir (Sektör Raporları, 2021).

Günümüzde şehirleşme ve çevre korumacılık odaklı yaklaşımlar ve inşaat yönetmeliğinde yeni düzenlemelerin getirdiği zorunlu işlemler inşaat ve dış cephe boyalarına, dolayısıyla da boya çeşitlerine olan talebin artışının temelini oluşturan unsurlardandır. Ayrıca, dış cephesi sağlıklı ve estetik olan binalar değerce daha da kıymetli olmaktadır. Tersî durumunda ya da dış cephede oluşan hasarlarda ise bina değerinin düşüşü kaçınılmaz olmaktadır. Bu tür olumsuzluklarla karşı karşıya kalmamak için su, UV ışınları ve hava kirlenmesi vb. zararlı faktörlerin dış cephede göstereceği etkinin öncelikle önlenmesi temel ve zorunlu bir gereksinimdir. Bundan ötürü dayanıklı bir dış cephe boyası kullanmada suyun iticiliği, su buharının geçirgenliği, üst düzey yapışkanlık süresi ve kir tutmaması önem arz etmektedir. Böylece daha az kokulu, zehirleyici ve havaya karışıcı organik bileşen (VOC) miktarlarını bulunduran su bazlı boyalar rekabet avantaj sağlamaktadır. Çok fazla süre ile harici atmosfer koşulları ile karşı karşıya kalan dış cephe boya ve kaplama türleri içeriğindeki tüm polimerler güneş ışınlarında olan ultraviyole (UV) ışınları nedeniyle belli bir şekilde etkilenmekte ve bozunmaya uğramaktadırlar. Dış cephe boyalarda gözlenen çatlaklık, tebeşir haline gelme (pigment ya da dolgu türlerinin serbest duruma gelmesi), kabarmanın ve dökülmelerin polimerin yapısıllığı ile ilişkili şekilde kimyasal zincirler kopması ve aynı anda çapraz bağlar meydana gelmesiyle oluşmaktadır. Bu etkenlerin haricinde dış cephe boya çeşitlerinin ömürleri üzerinde etken olan belli başlı bazı diğer faktörler; su, nem, küf, yosun ve hava kirliliğidir (Uğur, 2007: 33).

Bu çalışmada seçime dayalı konjoint analizi yardımıyla tüketicilerin piyasada, değişik nitelikleri bulunduran dış cephe ahşap boyalarından ilk önce hangi nitelikleri dikkate alarak tercih ortaya koydukları, niteliklerin öneminin sıralaması ve eğer bulunuyorsa niteliklerin etkileşimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Dış cephe ahşap boyalarına ilişkin sarfiyat, tür, renklendirme, örtücülük (kapatma gücü), fiyat (ücret) ve teknik özellikler (Dayanma gücü) boyutları olmak üzere 6 temel değişken çalışmada dikkate alınmıştır. Söz konusu değişken türlerinin her birisinin çeşitli seviyeleri bulunup seviyelerin bütün kombinasyonunu bulunduran tercih kartı çeşitlerinin adedi $3 \times 2 \times 2 \times 3 \times 4 \times 4 = 576$

olmaktadır. Söz konusu 576 kartın düzenlenip çalışma katılımcılarına sunulması uygulanabilir olmadığından SPSS 23.0 paket programı desteği ile 576 kart arasından, ortogonal seçim tekniğiyle 16 adet seçim kartı elde edilmiştir. Elde edilen bu kartlar katılımcılara sunulurken gerekli bilgiler toplanmış ve müşteri tercihleri belirlenmiştir.

1. Tüketici Davranışları Kavramsal Çerçeve

Tüketiciler hayatlarını sürdürmek, sosyal hayatlarını devam ettirmek, eğitim, kültür ve ekonomik gereksinimlerini gidermek açısından ürün ve hizmet satın alan ve bunları değerlendiren kişilerdir. Bu nedenle ürünü ya da hizmeti satın alma ve kullanmak müşteri olmanın en önemli olmazsa olmaz özelliklerinden biridir (Gözüm ve Çapık, 2014: 230). Tüketici davranışı ise, kişilerin gereksinimlerini giderirken satın almak istedikleri ürün ya da hizmet çeşitlerini satın aldıklarında verdikleri olumlu veya olumsuz tepki olarak tanımlanabilir. Başka bir deyişle, tüketicinin davranışı, tüketicinin zihinsel, fiziksel ve duygusal faaliyetlerini içerir. Tüketici davranışı, yalnızca satın alma anındaki değerlendirmeyi değil, satın alma sonrasındaki değerlendirmeleri de içerir.

Pazarlama literatüründe tüketicilerin nasıl karar verdiklerini farklı davranış modelleri ile açıklamaya çalışmışlardır. Tüketici davranış modellerinin sınıflandırılmasında iki farklı yaklaşım vardır. Bunlardan ilki geleneksel bir yaklaşımdır, diğer grup ise “modern” modellerden oluşmaktadır (Çelenk, 2018: 10). Genel olarak tüketici davranışını açıklamaya yönelik en önemli model önerisi psikolog Kurt Levin tarafından yapılmıştır. Söz konusu model çerçevesinde müşteriler, karar verme ile birlikte pazarlama uyarıcısı ve çevresel uyarıcısı olacak şekilde iki tip teşvikin etkisi altındadır (Çevik ve Yiğit, 2011: 106). Öte yandan, tüketici ürün/hizmet satın alırken birden fazla unsurdan etki altında kalmakta ve birden fazla unsurun etkisinde bulunmaktadır. Söz konusu unsurlar kişisel faktörler, sosyo-kültürel faktörler ve psikolojik faktörler ana başlıkları altında toplanabilir (Acar ve Sönmez, 2015: 278).

1.1. Tüketici Davranışı Hakkında Konjoint Analizi Kullanılarak Yapılan Çalışmalar

Yapılan yerli ve yabancı literatür taramasında doğrudan boya sektöründe konjoint analiziyle yapılan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle konjoint analizi kullanılarak çeşitli sektörlerde tüketici davranış ve tercihlerini belirlemek için yapılan bazı çalışmalar aşağıda verilmiştir.

Marka, ambalaj ve tüketicilerin satın alma davranışını inceleyen Koyuncu (2007), tüketici satın alma davranışı üzerinde marka ve ambalajın etkilerinin, tüketicilerin %63,8'inin satın alma davranışında markaya değer verdiğini, üçüncü sırada ise ambalajda değerlendirdiğini tespit etmiştir.

Kocamanlar (2008) çalışmasında, hızlı tüketim mallarından bazı ürün türleri için kullanılan ambalajın iletişim ve fonksiyonel özelliklerinin tüketicilerin satın alma ve ürün tercihine etkisini incelemiştir. Genel olarak tüm paketleme fonksiyonlarının tüketici satın alma kararlarında önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmıştır.

Mesías vd. (2011) çalışmalarında pazara giren yumurta türleri açısından İspanyol kullanıcıların seçimlerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Çalışmada kullanılan özellik ve boyutlar kullanıcı tercihleri hakkında yapılan araştırmalar gözden geçirildikten sonra belirlenmiştir. Bununla beraber yumurta etiketlemesinde bulunan ve mağaza raflarında yer alan gerçek ürünlerdeki bilgilerin gözlemlenmesiyle seçilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda, kullanıcı tercihlerini belirleyen en temel özelliğin fiyat olduğu, ardından tavukların yemi ile yetiştirme koşullarının geldiğini bulmuştur. Ayrıca, sadece tüketici gruplarından bazılarının alternatif üretim teknikleri için gereken primi ödemeye gönüllü olduğu da keşfedilmiştir.

Li vd. (2020) yaptıkları çalışmada ulaştırma alanında enerji tüketimi ile sera gazı emisyonunu düşürmek amacıyla ülkelerin yaygınlaştırmaya odaklandığı elektrikli araçlar üzerine hakkında verilen çeşitli teşvikler için kamu tercihlerini incelemiştir. Bu çerçevede, Çin'deki 1039 kişiden toplanan anket verileri kullanılmıştır. Sonuçlar, kullanıcılar için farklı politika seçeneklerinin göreceli önemini ilk olarak ücretlendirme teşvik politikaları, ikinci olarak sürüş teşvik politikaları, üçüncü olarak araç kayıt teşvik politikaları ve son olarak satın alma teşvik politikaları şeklinde olduğunu elde etmiştir.

Durak (2021) araştırmasında konjoint analizini ayrıntılı olarak işledikten sonra, hipotetik bir veri kullanarak öğrencilerin ev kiralama kararlarında önem verilen niteliklerin karşılaştırılmalı olarak incelemek amacıyla konjoint analizi kullanmıştır. IBM SPSS 25 programında adım adım uygulaması yapılan çalışma sonucunda öğrencilerin en çok tercih ettiği kiralık ev özelliklerinin (1+1) odalı, (500-750 tl arası), okula çok yakın, eşyalı, sahibinden özelliklerine sahip evler olduğu, en az tercih edilen kiralık eve ait özelliklerin ise (2+1) odalı olup, (1001 tl ve üzeri), okula uzak, eşyasız ve sahibinden özelliklerini taşıdığını bulmuştur.

Hussain vd. (2015) Dubai merkezli havayollarından birinde hizmet kalitesi, imajı, müşteri beklentileri, algılanan değer, müşteri memnuniyeti ve marka sadakati arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamıştır. 253 anketten elde edilen veri analizi sonucunda hizmet kalitesinin, algılanan değer ve marka imajının müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu belirlenmiş ve bunun marka sadakatine aracı olabileceğini belirlemiştir.

2. Konjoint Analizi

Konjoint ölçümü isimli bir araştırmayla Luce ve Tukey (1964) tarafından ilk kez kullanılan konjoint analizi yöntemi sonraki yıllarda çok özellik ve niteliği olan ürünlerde tüketici tercihlerinin hangi yönde değiştiğini ölçmek amacıyla yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Green ve Rao, 1971). Bu analiz, bir nesnenin öznelite ya da özellik seviyelerinin faydasını belirlemeyi ve öznelitelerin göreceli önem seviyesini tahmin etmeye olanak sağlayan çok değişkenli bir analiz tekniğidir. Bu analizin odağında kullanıcıların bir şeyin fayda ya da değerini, her bir niteliğin verdiği ayrı miktarlarda faydayı bir araya getirerek değerlendirme yatmaktadır.

Konjoint analizi çoğunlukla SPSS vb. istatistiksel paket programlarıyla yapıldığı gibi kukla değişken yoluyla konjoint analizinin bir doğrusal regresyon modeline çevrilmesi şeklinde de yapılabilmektedir (Nargundkar, 2003). IBM SPSS paket programında konjoint analizinin yapılması için doğrudan bir arayüz bulunmadığından, SPSS’te bu analiz Syntax yazımıyla yapılabilmektedir. Syntax yazılmadan önce konjoint analizi için tercih kartlarının oluşturulması gerekmektedir. Bu ise genellikle SPSS’te “orthogonal design” menüsüyle sağlanmaktadır. Buna ek olarak, veri setinden oluşan bir SPSS dosyasını da ilgili Syntax’ı yazmadan önce hazırlamak gerekir.

Konjoint analizinde ürünün/hizmetin niteliklerine ait boyutlar ilgili alınıyazın, uzman görüşü, araştırmacının tecrübesi, sektör temsilcileri ve tüketicilere uygulanan pilot bir anket ile belirlenebilir. Belirlenen ürün nitelikleri ve bunlara ilişkin boyutlar tespit edildikten sonra bunların tüketicilere nasıl sunulacağına karar verilmesi gerekir.

Bu doğrultuda anket tasarlamak için üç temel yöntem vardır (Kosasih vd., 2017). Birincisi, karşılaştırma tablosu (Trade-off) yöntemi olup katılımcılardan aynı anda iki niteliği içeren ürün/hizmet kombinasyonlarını değerlendirmesi istenir. Ürüne/hizmete ilişkin olası bütün ikili özellik çiftlerinin kıyaslandığı bu yöntemde katılımcıların göreceli olarak cevap vermesi kolaydır. Fakat katılımcının matriste belirtilmeyen özelliklere ilişkin hangi varsayımlarda bulunduğunu kestirmek zordur. Bu ise araştırma güvenilirliğini azaltmaktadır. Bununla birlikte, tüm katılımcılara ait sonuçların bir araya getirilip değerlendirmesi zordur. Anket içeriğinde olacak ürüne ilişkin uyarıların sunum şeklinin ikincisini tam profil (Full-profile) yöntemi oluşturur. Bu yöntemde, belli sayıda profil ya da kartı puanlama, derecelendirme veya sıralama katılımcıların tercihlerine göre yapılmaktadır. Bu yöntemde ortaya çıkan her profil/ürün kartı bir ürün ya da hizmeti tam olarak tanımlamakta olup ilgilenilen bütün nitelikler için çeşitli faktör seviyelerinin kombinasyonundan meydana gelir. Üçüncü yöntem olan ve trade-off ve tam profil yaklaşımlarının bileşimiyle oluşan ikili

karşılaştırma (pairwise comparison) yönteminde, ürüne/hizmete ilişkin nitelik sayısının oldukça çok olması halinde oluşturulacak sunum biçimini basitleştirmek amacıyla tüm nitelikler sunum biçimi kullanılmaz. Çalışma katılımcılarından, öz niteliklerin tümünün yer almadığı iki sunum şekli verilmekte olup bunların kıyaslanarak değerlendirilmesinin yapılması istenmektedir.

Alanyazında sıklıkla tercih edilen sunum şekli yönteminin tam profil yöntemidir (Kosasih vd., 2017). Bu yöntemde profil sunumları temelde; ortogonal ana etki planları (orthogonal main effects plans), tam faktöriyel (full-factorial) ve kesirli faktöriyel (fractional-factorial) şeklinde üç yaklaşımdan biriyle hazırlanmaktadır (Rao, 2013).

Tam faktöriyel yaklaşımı, bütün özellik düzeylerinin bir araya getirilmesiyle oluşan tüm profiller kümesinden meydana gelmektedir. Örneğin 5 niteliği ve her niteliğe ait 4 seviyesi (boyutu) bulunan bir ürün/hizmet için $4 \times 4 \times 4 \times 4 \times 4 = 1024$ profilin oluşturduğu küme tam faktöriyel yaklaşımını ifade etmektedir. Kesirli faktöriyel yaklaşımda ise tam faktöriyel tasarımıyla oluşturulan profillerin yalnızca bir kısmının seçilmesiyle oluşan küme bulunmaktadır. Örnek olarak dört niteliği bulunan ve bunlara ait boyutların sırasıyla 4, 3, 3,2 olduğu bir ürünün/hizmetin tam faktöriyelinin çeyrek kesirli faktöriyel tasarımı 18 profilden oluşacaktır. Bu profiller ise, elde edilen 72 profil arasından sistematik bir biçimde seçilir (Rao, 2013). Ortogonal ana etki planı yaklaşımı ise esasında tek başına bir yaklaşım olmaktan ziyade kesirli faktöriyel tasarımı tabanlı özel bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, kesirli faktöriyelde olduğu gibi bütün ürün/hizmet kombinasyonlarının oluşturduğu kümedeki profillerden yalnızca bir kısmı kullanılmaktadır. Ancak bu yaklaşımda asıl önemli nokta, her faktör seviyesi için ana etkilerin gözetilerek profillerin tasarlanmasıdır (Banerjee ve Agarwal, 2013). Öte yandan, ortogonal ana etki planları, IBM SPSS paket programı yardımıyla otomatik olarak elde edilebilir.

4. Tüketicilerin Dış Cephe Ahşap Boyası Satın Alma Kararlarının Belirlenmesinde Konjoint Analizi SPSS Uygulaması

4.1. Araştırma Probleminin ve Amacının Belirlenmesi

Araştırma, oluşturulan hipotetik veriyle tüketicilerin dış ahşap renk boyası tercihlerini belirlemeyi, sektörde faaliyet gösteren firmaların mevcut pazarlama çalışmaları hakkında bilgi vermeyi ve tüketiciler için yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine yönelik önceliklerini ve beklentilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Dış cephe ahşap boyası ile ilgili özelliklerin çok sayıda olması nedeniyle tüketicilerin dış cephe boya renkleri satın alırken bu özellikleri göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Bunun en önemli nedeni dış cephe ahşap boyasının özellikle TV, bilgisayar, dış cephe boyası vb. görünmesidir. Bu,

normal ürünlerle değiştirilebilecek en yaygın ürün türlerinden biridir. Bu nedenle, seçime dayalı konjoint analizi yardımıyla tüketicilerden pazardaki farklı dış renk türlerinin özellikleri, özelliklerin sırası ve özelliklerin etkileşimi belirlenmiştir.

4.2. Deneme Kombinasyonunun Tasarlanması

Çalışmada öncelikle tüketicilerin dış cephe ahşap boyası satın alırken daha fazla dikkat ettikleri özellikler ve bu özelliklere ait düzeyler literatür taraması ve araştırmacıların tecrübeleri dikkate alınarak belirlenmiştir. Özelliklerden fiyat seviyesinin belirlenmesinde piyasada popüler olan veya kaliteli ürünlere kısmen alternatif olacak ürünler için yaklaşık fiyatlar esas alınmıştır. Dış cephe ahşap boyalarına ilişkin sarfiyat, tür, renklendirme, örtücülük (kapatma gücü), fiyat (ücret) ve teknik özellikler (Dayanma gücü) boyutları ve boyut sayıları Tablo 1'deki gibi belirlenmiştir.

Tablo 1. Konjoint Analizi'nde Dış Cephe Ahşap Boyası Tercihini Belirlemede Kullanılacak Değişkenler ve Düzeyleri

Özellik	Boyut	Boyut Sayısı
Sarfiyat (1 litreyle tek seferde yapılan alan)	8 m ²	3
	12 m ²	
	15 m ²	
Türü (Cinsi)	Su bazlı	2
	Solvent bazlı	
Renklendirme	Renklendirilir	2
	Renklendirilmez	
Örtücülük (Kapatma gücü)	Düşük	3
	Orta	
	Yüksek	
Fiyat (Ücret)	1) 60 TL - 80 TL	4
	2) 80 TL - 100 TL	
	3) 100 TL - 120 TL	
	1) 120 TL ve üzeri	
Teknik Özellikler (Dayanma Gücü)	1) Ahşap nefes alsın.	4
	2) UV direnci yüksek olsun	
	3) Mikroorganizmalara karşı koruyucu olsun	
	4) Sayılan özelliklerin hepsi olsun	

4.3. Veri Toplama Aracı Oluşturma ve Veri Türetme Süreci

Çalışmaya yapılan literatür taraması ve araştırmacıların deneyimleri doğrultusunda altı değişken dahil edilmiştir. Bu değişkenlerin her biri farklı seviyelere sahip olduğundan, tüm seviye kombinasyonlarını içeren seçim kartlarının sayısı 3x2x2x3x4x4 olacaktır. Bu 576 kartın hazırlanıp yanıtlayıcıya sunulması anlamına gelmektedir. Bu profillerin (kartların) gerek oluşturulması

gerekse bu tür çalışmalara katılacak araştırma katılımcılarının bunları bir bütün olarak hatırlayıp değerlendirme yapması pratikte uygun olmadığından, her birinin seçimi ile sadece ana etkilerin (seviyelerin etkisi dikkate alınmadan) olduğu bir deney düzeneği olan ve literatürün de önerdiği (Rao, 2013; Malhotra, 2017) ortogonal yapı kullanılmıştır. Bu doğrultuda, SPSS paket programı yardımıyla 576 kartın 16'sı ortogonal düzen kullanılarak oluşturulmuştur. Ayrıca, çalışmada bu profilleri doldurduğu varsayılan 225 kişilik hipotetik veri seti oluşturulmuştur. Tablo 2'de oluşturulan kartlar verilmiştir.

Tablo 2. Dış Cephe Ahşap Boyası Tercihinin Belirlenmesi İçin Oluşturulan 16 Seçim Kartı

Seçim Kartı	Sarfiyat	Türü	Renklendirme	Örtücülük	Fiyat	Teknik Özellikler
1	12m ²	Su bazlı	Renklendirilir	Yüksek	120 TL ve üzeri	Hepsi
2	8 m ²	Su bazlı	Renklendirilir	Orta	100 TL-120 TL	Mikrop
3	8 m ²	Su bazlı	Renklendirilmez	Orta	80 TL – 100 TL	Hepsi
4	8 m ²	Su bazlı	Renklendirilmez	Düşük	120 TL ve üzeri	Uv
5	12 m ²	Solve nt bazlı	Renklendirilmez	Düşük	80 TL – 100 TL	Mikrop
6	8 m ²	Solve nt bazlı	Renklendirilir	Yüksek	80 TL – 100 TL	Nefes alma
7	15 m ²	Solve nt bazlı	Renklendirilmez	Orta	120 TL ve üzeri	Nefes alma
8	12 m ²	Solve nt bazlı	Renklendirilir	Orta	60 TL – 80 TL	Uv
9	15 m ²	Su bazlı	Renklendirilir	Düşük	80 TL – 100 TL	Uv

10	15 m ²	Su bazlı	Renklendiril mez	Yüksek	80 TL – 100 TL	Mikr op
11	8 m ²	Solve nt bazlı	Renklendirili r	Düşük	120 TL ve üzeri	Mikr op
12	8 m ²	Solve nt bazlı	Renklendiril mez	Düşük	60 TL – 80 TL	Hepsi
13	15 m ²	Solve nt bazlı	Renklendirili r	Düşük	100 TL-120 TL	Hepsi
14	12 m ²	Su bazlı	Renklendiril mez	Düşük	100 TL-120 TL	Nefes alma
15	8 m ²	Solve nt bazlı	Renklendiril mez	Yüksek	100 TL-120 TL	Uv
16	8 m ²	Su bazlı	Renklendirili r	Düşük	60 TL – 80 TL	Nefes alma

Örneğin seçim kartı 1 biri bir litreyle tek seferde 12 m²'lik bir alanı yapabilen su bazlı renklendirilebilir yüksek örtücülüğü olan 120 TL ve üstü fiyatta ve tüm teknik özelliklere sahip bir ahşap boyayı temsil etmektedir. Tablo 2'de gösterilen 16 profille isteğe bağlı olarak 10 dereceli Likert tipi ölçekle bir anket oluşturulup anket katılımcılarına değerlendirilme yapmak üzere verilebilir. Derecelendirmenin derecesi söz konusu örneklerle uyumlu olmak kaydıyla beşli veya yedili biçimde de oluşturulabilir. Bu çalışmada katılımcılar tarafından elde edildiği varsayılarak hipotetik bir veriseti oluşturulmuştur. Araştırmada bu ürün profillerine verilen cevaplar 1= kesinlikle satın almam, ... , 10=kesinlikle satın alırım ifadelerini temsil etmek üzere kodlanarak paket programa aktarılmıştır. Böylece, her ürün kartına ait belli bir değer oluşturulmuştur. Bu derecelendirme ölçeği konjoint analizi kullanılarak yapılan çeşitli araştırmalarda da (Li vd., 2020) kullanılmıştır. Öte yandan, ortogonal tasarım yoluyla tam profil yöntemi kullanılarak fazla olan profil sayıları azaltılabilmektedir (Rao, 2013).

4.4. Araştırma Verilerinin Analizi

Bu çalışmada verilerin analizinde SPSS 23.0 istatistiksel veri analiz yazılımı kullanılmıştır. SPSS 23.0'te konjoint analiz yöntemini kullanarak veri anket formunu taslağı elde edilmiştir. Ayrıca, değişkenlerin kullanışlılık ve anlamlılık değerleri konjoint analizi kullanılarak elde edilmiştir. Boyanın görünümünü

seçmek için çalışmada gösterilen arama değişkenlerinin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach Alfa Katsayısı hesaplanmıştır.

4.5. Araştırmanın Bulguları

Elde edilen sonuçlar her bir tüketici için ayrı ayrı açıklanabileceği gibi genel yaklaşım, tüm tüketicilerin bir arada düşünüldüğü birleştirel bir yaklaşımla da açıklanabilir. Modelin genel güvenirliliği, ilgilenilen konuda araştırmak istenilen ürünün özellikleri ve seviyeleri için hesaplanan karşılaştırmalı ve orantısal anlamlılık ile açıklanmaktadır (Ayhan ve Armağan, 2018: 225). Çalışmada 225 hipotetik veri araştırmacılar tarafından üretilmiştir. Bu veriler kullanılarak Konjoint Analizi uygulamalı olarak yapılmıştır. Konjoint Analizini kullanmak için SPSS (versiyon 23.0) syntax modülünde yazılan program aşağıda gösterilmiştir. Programı çalıştırdıktan sonra özet tablodaki sonuçlar Tablo 3'te verilmiştir.

Konjoint Analizinin Sonuçlarının Alınması İçin SPSS Paket Programında Yazılmış Program

*Generate Orthogonal Design.

ORTHOPLAN/FACTORS=Sarfıyat (1 '8 m²' 2 '12 m²' 3 '15 m²') Türü (1 'su bazlı' 2 'solvent bazlı') renklendirme (1 'renklendirilir' 2 'renklendirilmez') örtücülük (1 'düşük' 2 'orta' 3 'yüksek')Fiyat (1 '60 TL - 80 TL' 2 '80 TL - 100 TL' 3 '100 TL - 120 TL' 4 '120 TL ve üzeri') dayanıklılık (1 'Ahşap nefes alsın.' 2 'UV direnci yüksek olsun' 3 'Mikroorganizmalara karşı koruyucu olsun'4 'Sayılan özelliklerin hepsi olsun')

/REPLACE.

CONJOINT PLAN = 'D:\Dış_Cephe_Ahşap_Boya.sav'

/DATA = 'D:\SPSS.sav'

/SEQUENCE = Prefl to Pref 38

/SUBJECT = ID

/FACTORS = Sarfıyat (DISCRETE) Türü (LINEAR MORE)

Renklendirme (LINEAR MORE) Örtücülük (LINEAR MORE) Fiyat (LINEAR MORE) Teknik özellikler (LINEAR LESS)

/PRINT = SUMMARYONLY.

Tablo 3. Cevaplayıcıların Tümüne Yönelik Konjoint Analizi Sonuçları

FAKTÖR	Ortalama Önem	Değişken Düzeyleri	Fayda	Katsayılar (B)
Sarfıyat	20,40	12 m ²	1,6548	
		8 m ²	-1,6548	
		15 m ²	-1,6547	
Türü	6,26	Su bazlı	-0,1042	-0,1488
		Solvent bazlı	0,1042	
Renklendirme	10,43	Renklendirilir	-0,2768	

		Renklendirilmez	0,2768	
Örtücülük	19,78	Orta	0,3923	
		Düşük	0,7847	
		Yüksek	1,1770	
Fiyat	22,96	60 TL – 80 TL	1,7316	0,1732
		80 TL – 100 TL	3,4632	
		100 TL – 120 TL	4,8815	
		120 TL ve üzeri	5,1948	
Teknik Özellikler	6,24	Hepsi	3,3160	0,0829
		Uv	4,1450	
		Mikrop	4,9740	
		Nefes alma	6,1404	
Sabit=	2,0528			
Pearson' ın R=0,902 (p= 0,00)			Kendall' ın tau= 0,774 (p= 0,00)	

İlgili değişkenler kullanılarak oluşturulan Konjoint modeli aşağıdaki gibidir.

$Fayda = sabit + sarfiyat\ fiyatı + tür\ fiyatı + renklendirme\ fiyatı + örtücülük\ fiyatı + b1 \times fiyat\ fiyatı + b2 \times teknik\ özellikler\ fiyatı \dots \dots (II)$

Sarfiyat, Türü, Renklendirme ve örtücülük varlığı değişkenlerinin düzeyleri ile değişken tercihi arasında bir ilişki belirlenmediğinden bu değişkenler için katsayılar oluşmamıştır. Bu nedenle Tablo 3 ve diğer Konjoint Analizi'nin sonuçlarının yer aldığı tablolarda da bu değişkenlere ait katsayılar bulunmamaktadır.

Elde edilen katsayılar, Konjoint modelinde yerine koyulduğunda;

$Fayda = 2,0528 + sarfiyat\ fiyatı + (-0,1488 \times tür\ fiyatı + renklendirme\ fiyatı + örtücülük\ fiyatı + (-0,1732) \times fiyat\ fiyatı + (0,0829) \times teknik\ özellikler\ fiyatı \dots \dots (II)$

elde edilmektedir. Bu denklem yoluyla tüm kombinasyonlara ait toplam faydalar bulunmuştur. Bu doğrultuda öncelikle 225 kişinin kartlarının dizilimiyle her bir nitelik düzeyine ait kısmi fayda skorları bulunmuştur.

Buna göre katılımcılar birinci olarak %22,96'lık bir oran ile sarfiyata önem vermektedirler. İkinci olarak %20,40'lık oranla sarfiyata önem verildiği bulunmuştur. Sarfiyat değişkeninden sonra %19,78'lik oranla örtücülüğe, dördüncü sırada %10,43'lük önem ağırlığıyla boyanın renklendirmesine önem verilmektedir. Tüketiciler %14,72'lik önem ağırlığıyla boya türü değişkenine besinci sırada, teknik özelliklere %6,24' lük oranla 6. sırada önem vermektedirler.

Bu nitelik düzeylerinin kısmi fayda değerlerine incelendiğinde ise, sarfiyat 1,6548 fayda skoru ile diğer düzeylere nisbeten daha faydalı bulunmuştur. Boya türü değişkeninin düzeylerine bakıldığında 0,1042 fayda değeriyle Solvent bazlı çeşit daha fazla seçilmiştir. Renklendirme açısından 0,2768 fayda değeriyle renklendirilmeyen daha tercih edilir bulunmuştur. Cevaplayıcılar örtücülükleri

yüksek olanı 1,1770 fayda değeriyle daha faydalı bulmuşlardır. Fiyat değişkenine ilişkin düzeyler yorumlanacak olursa en faydalı düzey olarak 5,1948 fayda değeri ile 120 TL ve üzeri belirlenmiştir. Bundan sonra 3,4632 fayda değeri ile 80 TL – 100 TL arası fiyat tercih edilirken son olarak ise 1,7316 fayda değeriyle 60 TL – 80 TL fiyat tercih edilmiştir. Boyanın nefes alması, 6,1404 fayda değeriyle daha çok tercih edilmiştir. Bunu sırasıyla 4,9740 fayda değerleriyle mikrop, 4,1450 fayda değeriyle UV ve 3,3160 fayda değeriyle bütün teknik özellikler takip etmektedir.

Toplam faydaya katkı açısından bakıldığında 12 m² sarfiyatında, Solvent bazlı, renklendirilmeyen, 120 TL ve üzeri fiyatı olan, nefes alan dış cephe ahşap boyaalarının tüketiciler tarafından en çok tercih edildiği görülmüştür. Piyasaya yeni girecek bir boyanın belirtilen özelliklerde olması işletmenin satış miktarını arttırabileceği sonucuna varılabilir.

Her karta ait skor değerleri hesap edilerek en çok tercihte bulunulan kart belirlenebilir. Denklem III' den yararlanılarak Tablo 3' deki fayda katsayıları yerine konularak her bir karta (ürüne) ilişkin oransal önem değerleri hesaplanmıştır. 12 m² sarfiyatında, Solvent bazlı, renklendirilmeyen, 120 TL ve üzeri fiyatı olan, nefes alan dış cephe ahşap boyaalarını tanımlayan ve tüketiciler tarafından birinci sırada tercih edilen kart için ilgili hesaplama şu şekildedir:

$$\text{Oransal önem değeri} = 2,0528 + 1,6548 + (-0,1488) \times (0,1042) + 0,2768 + 1,1770 + (-0,1732) \times 5,1948 + (0,0829) \times 6,1404 = 16,601$$

Benzer hesaplamalar diğer profiller için de elde edilerek her bir karta ait oransal önemler Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Hazırlanan 16 Kartın Fayda Değerleri

Kart	Oransal Önem	Tercih Sıra No
1	6,7543	13
2	5,9605	15
3	6,4463	14
4	8,4672	7
5	7,768	11
6	7,6414	12
7	10,5933	2
8	10275	5
9	10,4586	3
10	7,8225	10
11	12,3628	1
12	8,076	9
13	4,4831	16
14	10,3562	4
15	9,9941	6
16	8,1846	8

Hazırlanan profillerin fayda skor değerlerine bakıldığında toplam faydası en büyük olan profilin 11 numaralı kart; toplam faydası en küçük olan profilin ise 2 numaralı kart olduğu bulunmuştur. Buna göre cevaplayıcıların tümüne göre 11 numaralı kartının en çok tercih edilen, 2 numaralı kartın ise en az beğenilen kart olduğu söylenebilir.

4.5.1. Konjoint Analizi Bulgularının Değerlendirilmesi

Son üç değişken sırasıyla fiyat, teknik özellikler, tip ve renk olarak belirtilebilir. Toplam faydaya katkı açısından ise katılımcılar 12 m2 tüketici sınıfı solvent bazlı, renksiz, yüksek kaplamalı, 120 TL ve üzeri nefes alma tekniğine sahip dış cephe ahşap boyasını tercih etmektedir. Çoğunluğu erkek olan tüm katılımcılar için yapılan Konjoint Analizi sonuçlarına göre tüketim sınıfı en önemli değişken olarak görülmektedir ve eğitim düzeyi ve gelir düzeyi ortalama olarak hesaplanabilmektedir. İkinci önemli değişken dış cephe ahşap boyasının görünümüdür. Dış cephe ahşap boyasının görünüm değişikliği sonrası kaplanmasına ağırlık verilir.

1. Sonuç

İnsanların hayatlarının çoğu tüketim ve tüketimle ilgili konulara harcanmaktadır. Tüketici ihtiyaçlarını karşılayacak bir ürünü satın alırken ve kullanırken düzenli olarak değerlendirilmeli ve tüketici davranışları sürekli izlenmelidir. Pazarda başarılı olmak için işletmeler, hedef müşteri / müşteri ekibinin ihtiyaç ve isteklerini tutarlı bir şekilde karşılamalıdır. Bir işletme, kendi standartlarına göre mükemmel ürünler ürettiğini düşünebilir. Ancak müşteriler bu ürünün kalitesini, rengini, tadını, görünümünü, satış yerini, fiyatını vb. sevmemektedirler. Bu nedenle işletmelerin tüm çalışmalarını planlarken ve uygularken her zaman müşteri odaklı olmaları önemlidir.

Araştırma sonuçları; tüketicinin ürünü üretmeden ve tüketicilere sunmadan önce ne istediğini ve ne istediğini ve üründen ne beklediğini belirlemesi gerektiğini vurgular. Tüketici özelliklerine göre demografik gruplar ve verilen ürünün özelliklerine göre oluşturulan alt gruplar için yapılan Konjoint Analizi sonuçları için genel sonuçlar elde edilmiştir. Diğer bir deyişle, kadınlar ve gelir düzeyi yüksek kişiler hedef kitle olurken, işletmelerin veya pazarlamacıların dış mekânda ahşap kullanımını kolaylaştırmak için tasarlanan iç ve dış tasarıma dikkat etmeleri önemlidir. Erkekleri ve/veya düşük gelirli kitleleri hedeflerken, pazarlama stratejilerinde ürün değerini ve etkinliğini gösteren raporlamaların satışları olumlu etkilediği düşünülmektedir. Dış cephe ahşap boyası üreten ve satan bayiler çoğu tüketiciye ulaşmak istiyorsa dış cephe ahşap renginde tüketici harcamalarına, tasarım kolaylığına ve kullanım kolaylığına dikkat etmelidir.

Kaynakça

2. Acar, E. ve Sönmez, H. 2015. Konjoint analizi ve genç kadın tüketicilerin hazır giyim mağaza tercihlerini etkileyen unsurların incelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (12): 278-295.
3. Ayhan, C. ve Armağan, G., 2018. Pamuk üreticilerinin çeşit tercihini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde konjoint analizi uygulaması: Aydın ili örneği. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 24 (2018): 225-231.
4. Green, P., Rao, V. (1971). Conjoint measurement for quantifying judgemental data. *Journal of Product Innovation Management*, 8, 189-202.
5. Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). Marketing research: An applied approach. Pearson Education Limited
6. Hair, J. F., Bush, R. P., & Ortinau, D. J. (2003). Marketing Research: Within a changing information environment, McGraw Hill. Higher Education, 720.
7. Çelenk, A. F. (2018). Televizyon reklamlarının tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkisi ve mobil iletişim sektöründe bir uygulama. Yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
8. Çevik, O. ve Yiğit, A. M., 2011. Konjoint analizi ile ofis mobilyası tüketicilerinin tercihlerinin belirlenmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20): 105-110.
9. Durak, İ. (2021). Konjoint Analizi ve SPSS Programında Örnek Bir Uygulama. Z. Yaman (Ed.), *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar VI* içinde (syf 509-530) Eğitim Yayınevi.
10. Kosasih, W., Salomon, L. L., & Hutomo, R. (2017, August). Using conjoint and cluster analysis in developing new product for micro, small and medium enterprises (SMEs) based on customer preferences (Case study: Lampung province's banana chips). In AIP Conference Proceedings (Vol. 1867, No. 1, p. 020051). AIP Publishing LLC.
11. Gözümlü, S., Çapık, C. (2014). Sağlık Davranışlarının Geliştirilmesinde Bir Rehber: Sağlık İnanç Modeli. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7 (3), 230-237.
12. Hussain, R. Al Nasser, Amjad ve Hussain, Yomna K. (2015). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42, 167-175.
13. Luce, R.D., Tukey, J.W. (1964). Simultaneous Conjoint Measurement: A New Type of Fundamental Measurement, *Journal of Mathematical Psychology*, 1, 1-27.

- 14.Li, W., Long, R., Chen, H., Dou, B., Chen, F., Zheng, X., & He, Z. (2020). Public preference for electric vehicle incentive policies in China: a conjoint analysis. *International Journal of Environmental Research And Public Health*, 17(1), 318.
- 15.Kocamanlar, E. (2008). Hızlı tüketim mallarında ambalajın satın alma davranışına etkisi üzerine bir model önerisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- 16.Koyuncu, K. (2007). Marka ve ambalajın tüketici satın alma davranışları üzerine etkisi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- 17.Mesías, F. J., Martínez-Carrasco, F., Martínez, J. M., & Gaspar, P. (2011). Functional and organic eggs as an alternative to conventional production: a conjoint analysis of consumers' preferences. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 91(3), 532-538.
- 18.Rao, V.R. (2013). Applied Conjoint Analysis. Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- 19.Sektör Raporları, 2021. Ticaret Bakanlığı, Boya Sektörü. <https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Boya>
- 20.%20Sekt%C3%B6r%C3%BC%20-%20Mart%202021.pdf
- 21.Uğur, Ş. S., (2007). Dispers boyarmaddeler ile poliester liflerinin boyanma mekanizması. *Tekstil Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 1, 33-39.
- 22.Banerjee, S., & Agarwal, N. (2013). Cluster and Conjoint Analysis of the Entry Level Brands in Casual Wear Market in India wrt Product Attributes. *Journal of Marketing & Communication*, 8(4).
- 23.Nargundkar, R. (2003). Marketing research-Text & cases 2E. Tata McGraw-Hill Education.

**SAĞLIK HİZMETLERİNDE ETKİNLİK
DEĞERLENDİRİLMESİNDE
KULLANILAN TEKNİKLER**

Dr. İzzet AYDEMİR

*Bingöl Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü,
iaaydemir@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4222-2659*

GİRİŞ

Sağlık harcamalarında gözlenen artış, geniş bir şekilde etkinliğin iyileştirilmesine olan gereksinimi artırmıştır. Sağlık hizmetlerinde kaynak kullanımında etkinlik koşullarının yerine getirilmesinde kabul edilmiş tek bir ölçüt ya da göstergeler dizisi yoktur. Etkinsizliğin gerçek nedeninin dikkatli bir şekilde tespit edilerek analiz edilmesi etkin kaynak kullanımını ve doğru politika kararlarını etkileyecektir. Sağlık sisteminde etkinlik kavramının ölçülmesinde, anlaşılmasında ve yorumlanmasında iyi bilgilendirilmiş politika ve yönetsel kararlar almak için etkinlik ölçütlerinin nasıl kullanılabileceğinin yanı sıra metodolojik teknikleri gözden geçirmek ve anlamak da gerekmektedir (Cylus ve ark., 2017).

Etkinlik (activity) kabaca bir sağlık sisteminin, toplum sağlığını iyileştirmek ve ilgili hedeflere ulaşmak için elindeki kaynakları ne kadar iyi kullandığı ile ilgilidir. Bu doğrultuda sağlık sistemindeki etkinsizlik genelde iki farklı, ancak birbiriyle ilişkili nedenden dolayı ortaya çıkabilir (Avrupa Komisyonu, 2019):

- Sabit bir girdi setiyle mümkün olan en yüksek iyileştirme (başka bir ifadeyle, aynı veya daha fazla sonuç daha az kaynak tüketerek elde edilmediğinde) sağlanmadığı koşullarda gerçekleşir.
- Sağlık kaynaklarının bir hizmet karışımına harcanıp toplumsal sağlık kazanımlarını en üst düzeye çıkarmada başarısız olduğunda gerçekleşir.

Sağlık hizmetleri kaynaklarının etkinsiz kullanımı bazı nedenlerden dolayı ciddi endişelere yol açabilir. Sağlık hizmetlerinde kaynakların etkin kullanılmayışının olası bazı sonuçları şöyle açıklanabilir (Cylus ve ark., 2017);

- Kaynakların etkinsiz kullanımı; kaynak kısıtlılığı ya da daha az kaynak kullanımı dâhilinde mümkün olan en iyi bakımı alamadıklarından tedavi olmuş hastaların sağlık kazanımlarını sınırlayabilir.
- Etkinsizlik, aşırı kaynak kullanımı sonucu diğer hastaların yeterli olmayan kaynaklarla tedavi olmasını ya da tedaviden mahrum olmasına neden olabilir.
- Sağlık sektöründe kaynakların etkin kullanılmaması, ekonomi ve eğitim gibi diğer sektörlerdeki kaynak tüketim fırsatlarını gündeme taşıyabilir.

- Özellikle sađlđđın finansmanında kamu kaynaklarının hakim olduğu ylıksek gelirli lklelerde kaynakların optimal olmayan kullanımı, toplumun sağlık hizmetlerinin finansmanına katkıda bulunma isteğini azaltabilir ve blylece sosyal dayanışmaya, sağlık sistemi performansına ve sosyal refaha zarar verebilir.

- Sağlık harcamaları veya diğer kaynaklar gibi sağlık sistemi girdileri, toplum iwin öncelikli olmayan bazı çıktılar oluşturmaya yönelik olabilir. Örneğin terminal dönem kanser hasları iwin harcanan yüksek finansal kaynaklar bu hastalar iwin faydalı olabilir; ancak sınırlı olarak ifade edilen bu kaynaklar toplum iwin fayda sağlayabilen diğer program ya da müdahaleler iwin harcanabilir.

Sağlık hizmetlerinde kaynakların kullanımı ve bu kaynakların olası sonuçlarını ve etkilerini görelilik olarak yorumlama imkânı tanıyan etkinlik, ölçümü ve değerlendirmesi zor olan bir aktiviteler bütünüdür. Sağlık sektöründe kaynak yaratımında ya da sınırlı kaynaklar varsayımı altında ve bu kaynakların hizmet üretimine entegre edilmesinde etkinliğin nasıl ölçüldüğu ve yerine getirildiği, karar vericilerin artan bir şekilde karşılaştıkları sorun alanlarıdır. Etkinliğin ölçümünde etkinlik türlerinin tanımlanması ve etkinlik ölçümlerine göre karar vermek hizmet üretiminde girdi yönelimli ve çıktı yönelimli planlamayı kolaylaştırmaktadır (Palmer ve Torgerson, 1999). Etkinlik türlerine göre öncelik belirlemek ve bu öncelikler doğrultusunda kaynak dağıtım planlamasını yapmak kaynakların daha etkin kullanılması ve sađlđđın geliştirilmesi gibi değer bazı pratikleri kazandıracaktır (Cylus ve ark., 2017).

Etkinsizlik koşulları varsayımı ve bu koşulların olası negatif sonuçlarının yorumlanmasında bazı etkinlik türlerinden yararlanılmaktadır. Literatürde sıklıkla kullanılan etkinlik türleri teknik etkinlik, dağıtım etkinliği ve üretim etkinliğidir. Ancak sabit ve dinamik etkinlik ve ekonomik etkinlik ölçütleri de kullanılmaktadır. Bu etkinlik türleri tanımlanırken literatürde çoğu çalışmada etkinlik kavramı yerine verimlilik (efficiency) kavramının kullanılması tercih etmiştir. Örneğin teknik etkinlik yerine teknik verimlilik kavramının kullanılması yaygınlık kazanmıştır. Ancak bu çalışmada, araştırmanın konsepti bakımından verimlilik yerine etkinlik kavramı kullanılacaktır. Bu kapsamda çalışmada teknik verimlilik yerine teknik etkinlik olarak tanımlanacaktır.

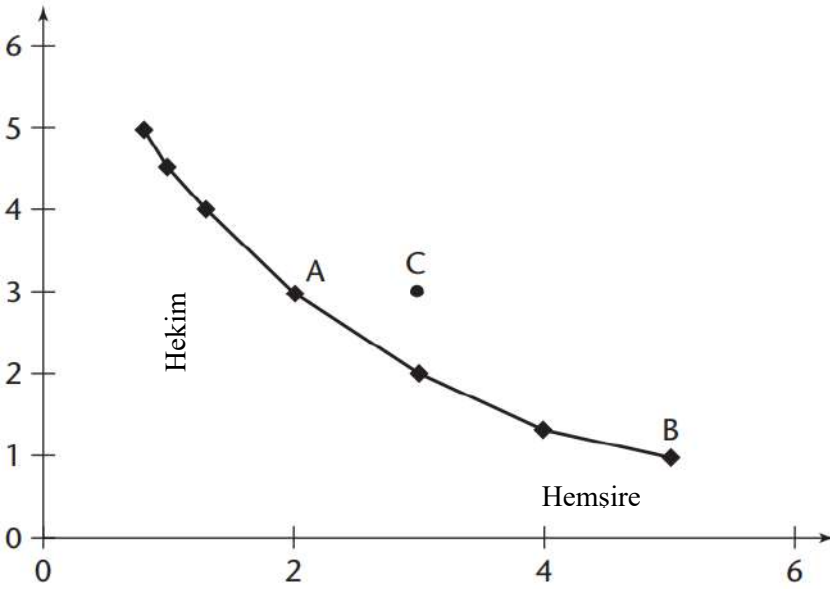
Bu çalışmada sağlık hizmetleri üretim sürecinde etkinlik türlerini ve ölçütlerini anlamak ve yorumlamak iwin faydalı bir çerçeve çizilmiştir. Çalışmada etkinsizlik nedenleri ve etkinsizlik koşullarının olası sonuçları tanımlanarak

etkinlik türleri örneklerle açıklanmıştır. Böylece sağlık hizmetlerinde kaynakların kullanılması ve sonuçlarının yorumlanmasında hangi etkinlik türü kapsamında bir değerlendirmenin yapıldığı daha net anlaşılmış olacaktır.

1. Teknik Etkinlik

Teknik etkinlik; genelde çıktıların değer ya da sağladıkları fayda kabiliyetine bakılmaksızın az girdi ile çok çıktı elde etme süreci olarak tanımlanır (Cylus ve ark., 2017). Teknik etkinlik; sermaye, insan kaynakları ve teknolojik kaynaklar ile çıktılar arasındaki fiziki ya da niceliksel ilişkiyi belirtmektedir. Fiziksek etkinlik olarak da tanımlanmaktadır. Minimum girdi bileşimiyle istenen bir çıktı elde edilebiliyorsa teknik etkinlik gerçekleşmiş olur. Hedef sağlık statüsüne yönelik sağlık müdahalelerinin her birinin en az girdiyle yapılabilmesi teknik etkinlik koşuludur (Peacock ve ark., 2001).

Teknolojik etkinlik olarak tanımlanabilecek her girdinin en etkili şekilde üretime koşulması da bir teknik etkinlik varsayımdır. Verilen bir kaynak setiyle maksimum çıktı üretiliyorsa burada teknik etkinlikten söz edilebilir. Eğer ki bir çıktı daha az kaynak/teknoloji kullanılarak elde ediliyorsa burada teknik etkinsizlik söz konusudur. Örneğin osteoporoz (kemik erimesi) bozukluğu tedavisinde kullanılan bir ilacın günlük tüketilen 10 mg doz ile 20 mg dozu eş değer sonuç üretiliyorsa ve tedavide 10 mg doz kullanılıyorsa burada teknik etkinlikten söz edilebilir (Palmer ve Torgerson, 1999). Bir katarakt ameliyatında ya da prostat ameliyatında, benzer sonuçlar olmak kaydıyla daha az tıbbi sarf malzeme ya da maliyet yönünden veya işgücü bakımından minimum kaynak kullanılıyorsa teknik etkinliğin sağlandığına ilişkin olasılıkları güçlendirmektedir.



Şekil 1. Marjinal Teknik İkame Oranı: Teknik Etkinlik (Özcan, 2005).

En ideal girdi kombinasyonu doğrultusunda arzulanan çıktıları üretmek teknik etkinlikle ilişkilidir. Örneğin yoğun bakım ünitesinde hizmet üretiminde girdi kaynakları olarak hekim ve hemşirelerden oluşan bir kombinasyonda benzer kalitede bir hizmet üretimi planlanmış olsun (Şekil 1). İlk kombinasyonda 3 hekim ve 2 hemşire A düzeyinde bir hizmet üretebilecekken, B üretim düzeyinde alternatif girdi değişkenleri olan 1 hekim ve 5 hemşire kullanılmaktadır. Benzer kalitede hizmet üretimi veri iken burada belirtilen her iki girdi kombinasyonu da teknik olarak etkindir ancak hekim değişkeni görece olarak daha değerli olduğu için olabildiğince hekim yerine hemşirelerin ikame edilmesinde yarar vardır. Bu durumda B hizmet üretimi en etkin kaynak bileşimlerinin geometrik yeri olacaktır ki ekonomi literatürüne “marjinal teknik ikame oranı” olarak ifade edilmektedir. Ancak C üretim düzeyi görece olarak teknik etkinsizdir. Çünkü bu varsayımda 3 hekim ve 3 hemşireyle istenen kalitede hizmet üretimi gerçekleşmiştir (Özcan, 2005).

2. Üretim Etkinliği

Üretim etkinliğinde, girdi ve sonuçlar arasındaki fiziki ilişkinin yanı sıra bu sonuçların nasıl değerlendirileceği ve kaynaklar hakkında nasıl karar alınacağı da dikkate alınır. Bu bakımdan üretim etkinliğinde, verimlilik varsayımları da dikkate alarak daha spesifik tanımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Girdilerin

verimlilikleri ve çıktıların planlanan hedefler olması üretim etkinliğini sağlayacaktır. Örneğin sunulan bir sağlık hizmetinde birim çıktı başına kullanılan girdi kaynakları ve işlem maliyetleri dikkate alınmalıdır (Baily ve Garber, 1997). “Aktiviteyi doğru yapmak” olarak tanımlanan üretim etkinliği, en uygun alternatif ya da mevcut kaynaklarla en fazla çıktıyı elde etmek veya en az maliyetle amaçlanan çıktıyı üretmektir (Çelik, 2011). Bu açıdan düşünüldüğünde üretim etkinliği bir bakıma kaynakların verimlilik esasına göre yönetilmesi gereksinimine ihtiyaç duyar (Palmer ve Torgerson, 1999). Üretim etkinliği, girdilerin nihai çıktılara dönüştürülme kabiliyetiyle ilgilidir. Örgütsel düzeyde olabileceği gibi, operasyonel, ünite, iş prosedürü ya da üretim hattı gibi daha dar seviyedeki faaliyetleri kapsayan hizmet üretim süreçlerini tanımlar (Peacock ve ark., 2001).

Teknik etkinlik müdahaleler arasındaki karşılaştırmaların etkenliğini doğrudan yapma noktasında yetersizdir. Çünkü bir müdahalenin diğerine göre en iyi ya da benzer sonuçları nasıl bir girdi kümesiyle verdiği anlaşılamamaktadır. Örneğin Down Sendrom testinde anne yaşı taraması ve biyomedikal tarama gibi iki testte, daha az amniyosentez (anne karnından girilen bir iğne ile bebeğin suyundan örnek alınma işlemi) kullanmasına rağmen biyomedikal tarama, biyokimyasal testler gibi başka kaynaklara da gereksinim duyar. Ancak üretim etkinliğinde farklı girdi kombinasyonları kullanıldığında müdahaleler arasındaki seçim bu farklı girdilerin göreceli maliyetlerine dayanmaktadır. Verilen bu örnekte biyomedikal tarama programının tüm süreçlerindeki maliyetleri anne yaşı tarama programından düşük ya da eş değerde ve çıktıları da daha fazla ya da benzer ise o zaman biyomedikal tarama programı daha üretim etkindir (Palmer ve Torgerson, 1999) çıkarsaması yapılabilir.

Üretim etkinliğinin değerlendirilmesinde sağlık faydaları, yaşam süresinde yaşanan değişim, fonksiyonel sağlık statüsü ve kaliteye ayarlanmış yaşam yılları bakımından programların karşılaştırılmalarına gerek vardır. Bu bakımdan üretim etkinliği, sağlık çıktılarının değerlendirilmesinde ekonomik değerlendirme yöntemlerinden yararlanmaktadır (Peacock ve ark., 2001).

3. Dağıtım Etkinliği

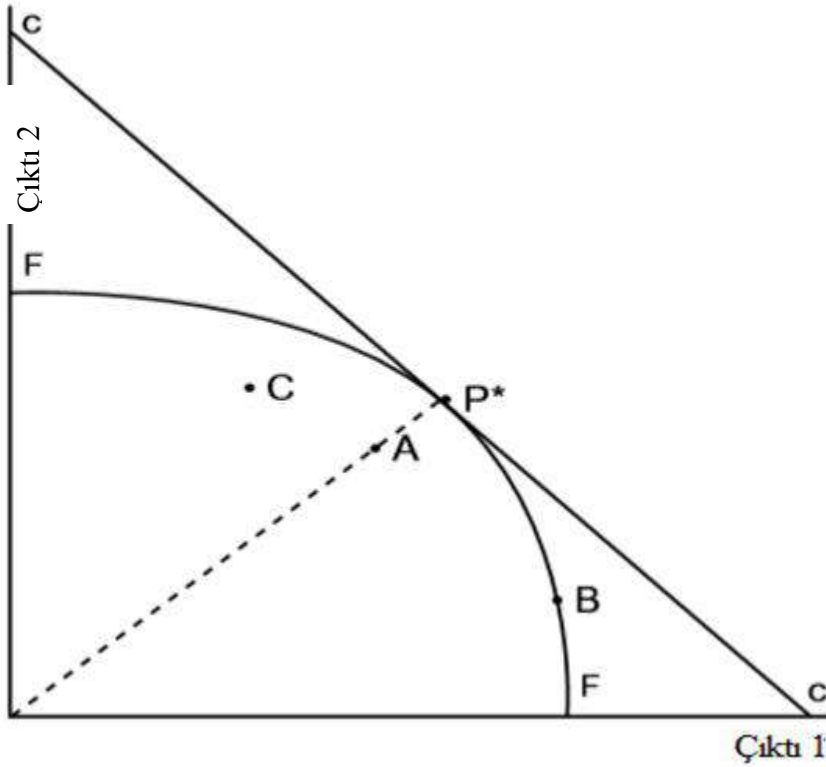
Dağıtım etkinliği, fayda maksimizasyonu sağlanacak şekilde kısıt olan kaynakların müdahalelere ayrılmasını gerektirir. Dağıtım etkinliği sadece ekonomik etkinlik sağlamaya yönelik değildir özünde etik varsayımları da içermektedir. Çünkü toplumun sağlık statüsü ve iyilik halinde olası iyileşmelerin

hedeflenmesi etik bir amacı içermektedir. Diğer taraftan dağıtım etkinliği, sınırlı sağlık kaynaklarından elde edilen sağlık faydalarının adil bir şekilde dağıtım kararlarını içerdiğinden *hakkaniyet* varsayımlarını da kapsamaktadır. Dağıtım etkinliğiyle müdahale programlarının ya da farklı sağlık teknoloji değerlendirmelerinin çoğunlukla maliyet-etkililik analizleri yapılmalıdır. Maliyet-etkililik analizi yardımıyla farklı müdahale programları kullandıkları kaynaklarla ne kadar sağlık faydası ürettikleri belirlenebilmektedir (Brock, 2007). Dağıtım etkinliği, hizmet sunumunda ve kaynak dağıtım kararlarında sosyal ve ekonomik bir takım gereksinimler ve parametreler referans alınarak optimum etkinlik sağlanmaya çalışılmaktadır. Sağlık kaynaklarının yaş, cinsiyet, ekonomik statü ve hastalığın şiddeti gibi değişkenler yönünden sağlık hizmetlerinde beklenen iyileşmeler ile orantılı bir şekilde kararlaştırılması dağıtım etkinliğiyle açıklanır (Block, 2006; Cylus ve ark., 2017).

“Doğru aktiviteyi yapmak” olan dağıtım etkinliği, kaynakların hizmetler ve coğrafik bölgeler arasında toplumun elde edeceği net sosyal faydayı artırmak amacına uygun olarak tahsis edilmesidir (Çelik, 2011). Diğer etkinlik türleriyle arasındaki fark kısaca şöyle açıklanabilir. Teknik etkinlik, verilen bir girdi kümesiyle maksimum fayda sağlar. Üretim etkinliği, maksimum fayda sağlamak adına daha düşük maliyetle farklı girdilerden en etkin olanın tercihine dayanmaktadır. Oysa dağıtım etkinliği daha geniş çaplı olup toplum sağlığını yükseltmek amacıyla doğru sağlık teknolojilerini ve kaynaklarını kullanmayı gerektirmektedir. Tercih edilen bir müdahale programı maliyetler yönüyle etkin ve toplumun sağlık statüsünü geliştirmeye yönelik pratik faydalar sağlıyorsa dağıtım etkililiği anlamlı olur (Palmer ve Torgerson, 1999; Peacock ve ark., 2001). Dağıtım etkinliği, kaynakların hastaların yaşam süresinde ve yaşam kalitesinde gözlenen etkisinde bir ölçüt olarak kabul edilmektedir. Örneğin aşırı ve gereksiz antibiyotiklerin reçetelenmesi veya hastaların sağlık kurumlarına ve sağlık profesyonellerine aşırı başvurmaları gibi ölçütler kaynakların yanlış dağıtım kararlarından kaynaklanır ve etkinsizlik koşullarını oluşturacaktır (Cylus ve ark., 2017).

Sağlık hizmetlerinde dağıtım etkinliği makro ve mikro düzeyde düşünülebilir. Mikro düzeyde dağıtım etkinliği hizmet sağlayıcıların sahip oldukları kaynakları maliyet-etkin bir şekilde hasta hizmetlerine entegre ederek sağlık statüsünde belirgin iyileşmeler sağlamayı öngörür. Paranın karşılığı ya da harcamanın getirisi (value for maney) olarak ifade edilen bu durum, sağlık teknolojileri değerlendirmesi süreciyle ya da kaliteye ayarlanmış yaşam yılları (QALYs) gibi

metriklerle sağlık kazanımları ölçülebilmektedir. Hizmet sağlayıcıları düzeyinde geliştirilen standart klinik rehberler gibi araçlar da kaynakların mikro düzeyde etkin şekilde kullanılmasına katkı sağlamaktadır. Sistem (makro) düzeyinde dağıtım etkinliği durumunda; sağlık kaynakları sağlık sektöründe koruyucu, tedavi edici, rehabilite ve uzun bakım süreçler arasında maksimum sağlık kazanımlarını yaratacak kaynak dağıtım kararlarını kapsamaktadır. Doğru olmayan bir kaynak dağıtım kararı üretim olanakları sınırı altında sağlık çıktılarını meydana getirerek (Avrupa Komisyonu, 2019) etkinlik sorununu yaratmaktadır.



Şekil 2. İki Çıktıya Dayalı Dağıtım ve Teknik Etkinlik İlişkisi (Smith, 2009).

Etkinlik türleri ile ilgili olarak literatür daha çok teknik ve dağıtım etkinlik üzerinde durmaktadır. Bu bakımdan bu iki etkinlik türünü ve ayırıcı özelliklerini bir grafikte anlatmakta yarar vardır. Belirli bir kaynak girdisiyle iki tedavi çıktısı üretilmiş olsun (Şekil 2). FF eğrisi, bu iki çıktının belirli bir maliyet ve teknolojik girdisiyle maksimum geometrik yerini vermektedir. FF eğrisi üzerindeki herhangi bir nokta, belirli kaynaklar veri iken teknik etkindir. Ancak bu sınır elde

edilen çıktıların göreceli değeri hakkında bir değerlendirme imkânını tanımaz. Elde edilen bu iki çıktının sosyal göreceli değeri (faydası) CC doğrusu üzerindeki P noktasıdır. Mutlak anlamda P noktasında hem dağıtım etkinliği hem de teknik etkinlik sağlanmış olur. A noktasında doğru çıktılar üretilmiş olacağından bu bakımdan dağıtım etkinliğinden bahsedilebilir. Ancak A noktası FF eğrisinin altında olduğu için teknik etkinsizdir. Burada gereğinden fazla çıktı üretilmiş olabilir. B noktası, teknik olarak etkindir ancak uygun çıktı kombinasyonunu vermediğinden dağıtım etkinliğine sahip değildir. Sosyal faydanın sağlanabilmesi için B noktasında daha az çıktı 1 ve daha çok çıktı 2 düzeyinde sağlık hizmeti üretilmelidir. Son olarak C üretim düzeyinde ne teknik etkinlikten ne de dağıtım etkinliğinden bahsedilebilir. Burada ne doğru çıktı bileşimleri üretilmiş ne de etkinlik sınırı üzerinde bir üretim hedeflenmiştir (Smith, 2009). Dağıtım etkinliğinde girdi tabanlı etkinlikte kullanılacak olan müdahaleler ya da sağlık teknolojileri, maliyetleri bakımından değerlendirilmektedir. Benzer sonuçlar ya da en iyi sonucu veren girdi kaynağı seçilmesi doğru karar olacaktır. Çıktı tabanlı dağıtım etkinliğinde sonuçların etkileri ve nasıl bir değer yaratıkları, bu değerlerin paydaşlar tarafından ne ifade ettiği önemlidir (Cylus ve ark., 2017).

4. Dinamik Etkinlik

Etkinlik türleri arasında literatürde dinamik etkinliğe çok sık rastlanılmamaktadır. Genelde statik etkinlik (teknik etkinlik, üretim etkinliği vb.) koşulları altında ifade edilen etkinlik türleri açıklanmaya çalışılır. Oysaki *dinamik etkinlik*, değişen koşullarda ve zamanla sağlık statüsünü, refah düzeyi ve iyilik halini artırmak için kaynakların nasıl kullanılabileceğini gösterir. Hizmet üretim süreçlerinin iyileştirilmesinde en uygun inovasyon ve yatırım bileşenleri dinamik etkinliğin özünü oluşturur. Dinamik etkinlik, belirli bir hastalık alanında belirli bir etkinlik seviyesine ulaşmanın hem bugünü hem de gelecekteki değerini yansıtır (Camajo ve ark., 2017). Dinamik etkinlikle bu gün fayda sağlayan bir sağlık teknolojisi gelecekte de aynı faydayı sağlar mı? Ya da değişen toplum yapısı, hastalık kalıplarında yaşanan değişimler, toplumun demografik yapıları mevcut bir teknolojinin kullanımını ve bu teknolojiye olan talebi nasıl etkiler? Kullanılan her bir teknolojinin ilave (marjinal) etkisi nedir? İlave sağlık harcamaları nasıl ek kalite iyileştirmelerine katkı sağlar? benzeri sorulara yanıt aramaya çalışır (Levaggi ve ark., 2012; Camajo ve ark., 2017).

Statik etkinlik, belirli bir zamanda kullanılan teknolojinin sağladığı faydalar ve bu faydaların girdi kaynaklarıyla olan ilişkisini tanımlarken; dinamik etkinlik belirli bir zaman periyodunda üretim etkinliğini geliştirmek için daha iyi sağlık

teknolojileri ve çalışma pratikleriyle ilişkilidir. Örneğin yeni teknolojik yatırımlar maliyetleri azaltıcı yönde olabileceği gibi arzu edilen çıktıları sağlamaya yönelik olmayabilir. Ya da bu teknoloji emek gücünün daha üretken olmasını etkinleştirebilir (Levaggi ve ark., 2012).

5. Ekonomik Etkinlik

Ekonomik etkinlik; teknik, üretim ve dağıtım etkinliklerini tamamlayan bir etkinlik ölçüm yöntemidir. İfade edilen bu etkinlik türlerinin her birinin kendi varsayımlarını yerine getirmesi genel etkinliği gerçekleştirecektir. Ekonomik etkinlik nihayetinde girdi kaynaklarını minimize ederek olası en yüksek çıktı ve bu çıktıların etkilerini değerlendirir. Toplam çıktıların parasal değeri ile girdilerin maliyetleri arasındaki ilişkiyi belirler. Dolayısıyla kaynakların alternatif kullanımları ya da bu kaynakların fırsat maliyetlerini gündeme taşır (Çelik, 2011). Ekonomik etkinlik, teknik ve üretim etkinliğine ilave olarak hizmet üretim sürecinde “maliyet” kavramını öncelikli tutar. Şekil 2’de belirtilen kaynak kombinasyonları dikkate alındığında hekim ve hemşire kombinasyonlarının her birinin maliyetleri (maaş vb.) sürece dâhil edildiğinde ekonomik etkinlik varsayımlarından bahsedilebilir. Bu etkinlik türünde girdiler maliyet bakımından öncelikli olarak etkin rol oynar (Özcan, 2005).

Ekonomik etkinlik, ekonomik değerlendirme teknikleri kullanılarak yapılmaktadır. Ekonomik değerlendirme teknikleri literatürde maliyet-minimizasyonu, maliyet-değer, maliyet-fayda, maliyet-etkililik ve maliyet-sonuç analizleri şeklinde gruplandırılmaktadır (Drummond ve ark., 2005). Maliyet-sonuç analizi; program ve karşılaştırmacısının maliyet, sonuç ve etkilerinin kapsamlı bir şekilde tanımlanıp sunulduğu basit bir ekonomik değerlendirme yöntemidir. Maliyet-minimizasyon analizinde eş sonuçlar veren program ya da teknolojiler, tükettikleri kaynaklar bakımından karşılaştırılarak maliyet bakımından daha etkin olan tercih edilmektedir (EUnetHTA, 2011). Maliyet-fayda analizi; bir proje veya programla doğrudan ilişkili ekonomik, sosyal ve çevresel maliyetleri ile faydaları parasal olarak tahmin eden bir değerlendirme tekniğidir. Maliyet-değer analizinde teknoloji ya da müdahalelerin ortalama maliyet farklılıkları ile ortalama değer farklılıklarını karşılaştırılarak ekonomik değerlendirme yapılmaktadır (Khan, 2016). Maliyet-etkililik analizi bir sağlık teknolojisinin alternatifine göre ilave maliyetlerini ve bu ilave maliyetlerin ek faydalarını değerlendirmektedir. Program/müdahale çıktıları her alternatif için etkililik birimi başına katlanılması gereken maliyetlerle ifade edilmektedir (Tragakes ve Vienonen, 1998).

Genel olarak literatürde yaygın olarak kullanılan ve kaynaklar ile bu kaynakların çıktı üretme potansiyeli arasındaki ilişkiyi gösteren etkinlik türleri yukarıda belirtilmiştir. Bunun yanı sıra daha spesifik alanlara özgü olarak değerlendirilebilecek ve yukarıda belirtilen genel etkinlik türlerinin de temel varsayımlarını kullanan çeşitli etkinlik türleri de vardır. Yönetsel etkinlik, operasyonel etkinlik, finansal etkinlik, işgücü etkinliği gibi çeşitli türde etkinlik alanları tanımlanabilir. Önemli olan tanımlanan bir etkinlik türünde, kaynakların en iyi ya da minimal düzeyde kullanarak potansiyel sonuçlar üretebilmektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada sağlık hizmetlerinde etkinsizliğin temel nedenleri ve olası sonuçları ışığında kaynakların kullanımı ve etkilerinin değerlendirilmesinde etkinlik türlerine ilişkin kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur. Girdi ve çıktıların olası sonuçları hakkında veriler sağlayan etkinlik kavramı, değerlendirmede farklı türleri içermektedir. Teknik etkinlik; girdi ile çıktılar arasındaki fiziki ya da niceliksel ilişkiyi belirtirken üretim etkinliği; girdi ve sonuçlar arasındaki fiziki ilişkinin yanı sıra bu sonuçların nasıl değerlendirileceği ve kaynaklar hakkında nasıl karar alınacağını verimlilik varsayımları da dikkate belirtmektedir. Dağıtım etkinliğinde ise; fayda maksimizasyonu sağlanacak şekilde kıt olan kaynakların müdahalelere ayrılması hedeflenerek sadece ekonomik etkinliği sağlamaya yönelik değildir, özünde etik ve hakkaniyet varsayımlarını da içermektedir. Statik etkinlik, belirli bir zamanda kullanılan teknolojinin sağladığı faydalar ve bu faydaların girdi kaynaklarıyla olan ilişkisini tanımlarken; dinamik etkinlik belirli bir zaman periyodunda üretim etkinliğini geliştirmek için daha iyi sağlık teknolojileri ve çalışma pratikleriyle ilişkilidir. Ekonomik etkinlikte ekonomik değerlendirme yöntemleri yoluyla çıktıların parasal değeri ile girdilerin maliyetleri arasındaki ilişkinin tanımlandığı ve teknik, üretim, dağıtım etkinliklerini tamamlayan bir etkinlik ölçüm türüdür.

Sağlık hizmetleri üretim sürecinde etkinlik türlerinin tanımlanması ve etkinlik ölçümlerine göre karar vermek hizmet üretiminde girdi yönelimli ve çıktı yönelimli planlamayı kolaylaştırmaktadır. Etkinlik türlerine göre öncelik belirlemek ve bu öncelikler doğrultusunda kaynak dağıtım planlamasını yapmak kaynakların daha etkin kullanılması ve sağlığın geliştirilmesi gibi değer bazı pratikleri kazandıracaktır. Sağlık girdi kaynakları ve sonuçlarının/etkilerinin hangi etkinlik türü kapsamında değerlendirmesi gerekliliği, kaynak tüketimi ve politika belirleme kararları hakkında analistlere kanıta dayalı veriler sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

1. Baily M.N., Garber A.M. (1997). Health care productivity, Brookings papers on economic activity: Microeconomics, Harvard Library. (<https://dash.harvard.edu/handle/1/11595722>), Erişim Tarihi: 10.12.2019.
2. Block D.J. (2006). Healthcare outcomes management: Strategies for planning and evaluation, Jones and Bartlett Publishers, World Heaaquarters, Canada.
3. Brock D.W. (2007). Health care resource prioritization and rationing: Why is it so difficult?, *Social Research*, **74**(1): 125-148.
4. Camajo R.R., Miraldo M., Rutten F. (2017). Cost-effectiveness and dynamic efficiency: Does the solution lie within?, *Value in Health*, **20**: 240-243.
5. Cylus J., Papanicolas I., Smith P.C. (2017). How to make sense of health system efficiency comparisons?, Policy Brief 27, European Observatory on Health Systems and Policies (<http://www.euro.who.int/pubrequest>), Erişim Tarihi: 12.11.2019.
6. Çelik Y. (2011). Sağlık ekonomisi, Siyasal Kitapevi, Ankara.
7. Drummond, M.F., Sculpher M.J., Torrance W.G., O'Brien B.J., Stoddart G.L. (2005). Methods for the economic evaluation of health care programmes, Third edition, Oxford Medical Publication, Oxford University Press Inc., New York.
8. European Network for Health Technology Assessment (EUnetHTA). (2011). HTA core model for screening technologies, Joint Action 2010 – 2012, Work Package 4 Core HTA, (https://eunethta.eu/wp-content/uploads/2018/01/HTACoreModelForScreeningTechnologies1-0Final_0-1.pdf), Erişim Tarihi: 10.11.2019.
9. European Union. (2019). Tools and methodologies to assess the efficiency of health care services in Europe, Luxembourg, (ec.europa.eu/health/sites/default/files/systems_performance_assessment/docs/2019_efficiency_en.pdf), Erişim Tarihi: 18.07.2021.
10. Khan I. (2016). Desing & analysis of clinical trials for economic evaluation & reimbursement: An applied approach using SAS & STATA, Taylor & Francis, Boca Raton.
11. Levaggi R., Moretto M., Pertile P. (2012). Static and dynamic efficiency of irreversible health care investments under alternative payment rules, *Journal of Health Economics*, **31**: 169-179.

- 12.Özcan Y.A. (2005). Quantitative methods in health care management: Techniques and applications, Published by Jossey-Bass, San Francisco, (<http://josseybass.com>), Erişim Tarihi: 22.11.2019.
- 13.Palmer S., Torgerson D.J. (1999). Definitions of efficiency, economics notes, *BJM*, **318**: 1136.
- 14.Peacock S., Chan C., Mangolini M., Johansen D. (2001). Techniques for measuring efficiency in health services, Productivity Commission Staff Working Papers, Australia.
- 15.Smith P.C. (2009). Measuring value for money in healthcare: Concepts and tools, Centre for Health Economics, University of York.
- 16.Tragakos E., Vienonen M. (1998). Key issues in rationing and priority setting for health care services, WHO/EURO Health Care Systems, Health Care (pdfs.semanticscholar.org/1793/9b7221d5a5a25669df691c61b064d45e5826.pdf), Erişim Tarihi: 28.11.2019.

**ORTAÖĞRETİME DEVAM EDEN ERKEK
ÖĞRENCİLERİN PROBLEM ÇÖZME
BECERİLERİNİN İNCELENMESİ**

Zeynep TEZEL¹

Kübra ARSLAN²

*¹Prof. Dr., Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fak.
Sosyal Hizmet Bölümü, 05337287857*

*² Dr. Öğr. Üyesi, Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fak.
Sosyal Hizmet Bölümü, 05548198570*

GİRİŞ

Bireyin günlük hayatta karşılaştığı sorunlarını çözmede kullandığı etkili başatme yollarını fark etmesi ve bilişsel-davranışsal süreçleri üretmesi sorun çözme olarak tanımlanmaktadır (Arslan, vd., 2015; Çam ve Tümkaya, 2007). Sorun çözme süreci, bilişsel ve duyuşsal beceriler gerektiren karmaşık bir süreçtir. Sorun çözme becerisi, bireyin yaşamında baş etme sürecinde en etkili rollerden biridir.

Öfke, bireyin engellenme yaşadığında, beklentileri olmadığında kendisine yönelik bir tehlike olarak algılandığında ortaya çıkan bir duygu şeklinde ifade edilmektedir (Demirci Danışık, 2005). Köknel (1999) ise öfkenin bireyin engellenme yaşadığında, korku gibi kendini kötü hissettiren durumlarında açığa çıkan engellenmeyi ortadan kaldırmak ya da kendini kötü hissettiren durumlardan kurtulmak amacıyla birtakım tutum ve davranışlarda bulunma olarak tanımlamıştır.

Yetişkinliğe geçiş olan ergenlik biyolojik, psikolojik ve sosyal açıdan birçok değişim ve gelişimin yaşandığı bir dönemdir. Problem çözme becerileri ve öfke kontrolü ergenin sağlıklı bir kişilik ve kimlik oluşturmada oldukça etkilidir (Güneri Yöyen vd., 2017; Çelikkaleli ve Gündüz, 2010). Bireyin karşılaşmış olduğu problemin çözümü hayata uyum sağlamasını da etkilemekte aynı zamanda toplum içindeki yeri ve statüsü şekillenmektedir (Güzel, 2004).

Özellikle ergenlik dönemindeki birey için öfke duygusunun tanınması önem kazanmaktadır. Bu dönemde yaşanan duygular farklılıklar göstermekte; birden sevinme, birden üzülmeye, aniden sinirlenme gözlenebilmektedir. Bu dönemde duyguları tanımak ve kontrol etmek zor olabilmektedir. Öfke de ergenlik döneminin içinde oldukça yoğun yaşanan duygulardan biri olup gerekli kontrol sağlanamazsa yaşamı olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Demirci Danışık, 2005).

Bireylerin sorun çözme becerileri, araştırmacılar tarafından incelenen konulardan biridir (Kabasakal ve Uz Baş, 2013; Sahin, Sahin ve Happner, 1993; Suzuki ve Ahluwalia, 2004; Otacıoğlu, 2008; Derin ve Serin, 2008; Demirci Danışık, 2005; Atik ve Kemer, 2008; Dow ve Mayer, 2004; Arslan ve Kabasakal, 2013). Alanyazın incelediğinde problem çözme becerilerinin ve öfke kontrolünün özellikle ergenlerin psikolojik sağlıklarını etkilediği belirlenmiştir. Averil (1983) öfkenin ardından ortaya çıkan gücenme duygularının iletişimin olumsuz etkilenmesine böylece etkin olmayan problem çözmeye sebep olduğunu belirtmiştir.

Conger ve arkadaşları (2003)'nın çalışmasında öğrencilerin sosyal beceri, öfke ve psikolojik durumları arasındaki ilişki incelenmiş, sosyal faktör ve öfkenin öğrencilerin psikolojik semptomlarını etkilediği ortaya çıkarılmıştır. Problem

çözme becerilerinde yaşanan eksiklikler davranış bozuklukları, saldırganlık ve madde kullanımına neden olabilmektedir (Greening, 1997). Bunun yanı sıra Deffenbacher ve arkadaşları (1996)'nın çalışmasında yaşanan öfkenin suç işleme, madde kullanımı, kişiler arası sorunlar, okul ve meslekle ilgili sorunlar ve uyumsuz davranışlara sebep olduğu belirlenmiştir.

Moon ve Eisler (1983) çalışmalarında öfke sorunu olan bireylere problem çözme tekniğinin geliştirilmesini önermiştir. Lochmon (1992)'ın çalışmasında öğretmenleri tarafından aşırı saldırgan ve davranışlar bozuklukları sebebi ile kliniğe yönlendirilen öğrencilere uygulanan müdahalenin etkileri ele alınmıştır. Kliniğe yönlendirilen öğrencilere sosyal sorun çözme ve yaşanan öfkeyle başetme becerileri öğretmek hedeflenmiştir. Gerçekleştirilen çalışmadan üç yıl sonra öfkeyle başetme programı uygulanan öğrenciler bu eğitimi almamış bir grup öğrenci ile karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak öfkeyi yönetme ve problem çözme becerisi eğitimi alan öğrencilerin madde kullanma oranlarının düşük olduğu, öz saygı düzeyleri ve sorun çözme becerilerinin yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Bu çalışmada sorun çözme beceri eğitiminin ortaöğretime devam eden 14-16 yaş erkek öğrencilerin problem çözme yaklaşımlarına etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Ergenlik dönemi sürecinde öğrencilerin problem çözme becerilerinin kazandırılması hedeflenen çalışmada, yaşadıkları sorunları çözme becerileri hem gençlerin gelişiminde olumlu etkiler oluşturacağı hem de sağlıklı bir şekilde ifade edilemeyen öfkenin zararlarını azaltmaya yardımcı olacağı ve bu bağlamda literatüre katkısı olacağı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Araştırmada, sorun çözme beceri eğitiminin ortaöğretime devam eden 14-16 yaş erkek öğrencilerin problem çözme yaklaşımlarına etkisi incelenmiştir. Araştırma deneme ve kontrol grubu olan ön test ve son teste dayalı yarı deneysel bir çalışmadır. Sorun çözme beceri eğitimi gerçekleştirilmeden önce, deney grubu ve kontrol grubuna “Kişiler Arası Problem Çözme Envanteri” ve “Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği” uygulanmıştır. Deney grubuna haftada iki saat sekiz oturum planlanan oturumlar şeklinde sorun çözme beceri eğitimi gerçekleştirilirken, kontrol grubuna uygulamada bulunulmamıştır. Sekiz oturum süren eğitim sonunda, eğitimin üyelerin sorun çözme yaklaşımlarına ve sürekli öfke düzeyleri üzerinde etkisini belirlemek için deney grubuna “Kişiler Arası Problem Çözme Envanteri” ve “Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği” son-test uygulaması yapılmıştır.

Tablo 1. Araştırma Deseni

Gruplar	Ön-test	İşlem	Son-test
Deney Grubu	“Kişiler Arası Problem Çözme Envanteri” “Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği”	“Sorun Çözme Beceri Eğitimi”	“Kişiler Arası Problem Çözme Envanteri” “Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği”
Kontrol Grubu	“Kişiler Arası Problem Çözme Envanteri” “Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği”	-	-

Örneklem

Çalışma ortaokula devam eden ve araştırmaya katılmaya gönüllü olan 14-16 yaş erkek öğrenciler ile yürütülmüştür (11 deneme grubu-11 kontrol grubu). Gönüllülük esasına bağlı olarak araştırmaya dahil olunurken herhangi bir dışlama kriteri belirlenmemiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veriler sosyo-demografik sorular ile “Kişiler Arası Problem Çözme Envanteri” ve “Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği” ile toplanmıştır.

Kişilerarası Problem Çözme Envanteri (KPÇE)

Çam ve Tümkeya (2007) tarafından üniversite öğrencilerinin sorun çözme yaklaşım ve becerilerini ölçmek için geliştirilen ölçek, beş alt ölçekten ve elli maddeden oluşmaktadır. KPÇE likert tipinde 1 “hiç uygun değil” ile 5 “Tamamıyla uygun” arasında puanlanan beşli derecelendirmeli olarak hazırlanmıştır. Kişilerarası problem çözme envanteri, Probleme Olumsuz Yaklaşma (POY), Yapıcı Problem Çözme (YPC), Kendine Güvensizlik (KG), Sorumluluk Almama (SA) ve Israrcı-Sebatkar Yaklaşım (I-SY) olmak üzere toplam beş alt ölçekten oluşmaktadır. Her bir alt ölçek için elde edilen yüksek puan kişiler arası problem çözmeyle ilgili özelliğin yüksek olduğunu göstermektedir. Her bir alt ölçekte yer alan madde sayısı sırasıyla 16, 16, 7, 5 ve

6'dır. Envanterin alt ölçek puanlarının iç tutarlılık Cronbach Alfa katsayıları POY=.89, YPÇ=.87, KG=.67, SA=.68 ve I-SY=.70'dir.

Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği

Uyarlaması Özer (1994) tarafından gerçekleştirilen ölçek dörtlü likert türü “Beni Hiç Tanımlamıyor (1)”, “Beni Biraz Tanımlıyor (2)”, “Beni Oldukça Tanımlıyor (3)”, “Beni Tümüyle Tanımlıyor (4)” bir ölçek olup, 34 maddeden oluşmaktadır. Ölçek; “Sürekli Öfke”, “Öfke Dışa”, “Öfke İçte” ve “Öfke Kontrol” olmak üzere dört alt ölçekten oluşmaktadır. Sürekli Öfke Alt Ölçeği’nden alınan yüksek puan, sürekli öfke düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. Öfke Dışa Alt Ölçeği’nden alınan yüksek puanlar öfkenin kolayca ifade ediliyor olduğunu; Öfke İçte Alt Ölçeği’nden alınan yüksek puanlar öfkenin bastırılmış olduğunu; Öfke Kontrol Alt Ölçeği’nden alınan yüksek puanlar ise öfkenin kontrol edilebildiğini göstermektedir. Cronbach alfa değerleri Sürekli Öfke için .79; Öfke Kontrol için .84 ; Öfke Dışa için .78 ve Öfke İçte için ise .62 olarak bulunmuştur.

Sorun Çözme Beceri Eğitimi

Sorun Çözme Beceri Eğitimi ortaöğretime devam eden 14-16 yaş erkek öğrencilerin kişilerarası sorun ve sorun çözme kavramlarını kavrayabilme, kişilerarası sorunların nedenlerini, bu sorunlara verilen olumlu olumsuz duygu ve tepkileri öğrenebilme, duygu ve tepkilerin ilişkileri nasıl etkilediğini anlayabilme, duyguların bedensel etkilerini ve duygularını ifade edebilme, etkili dinleme ve empati yapabilme, öfkeyi tanıma, fark etme ve öfkeyle baş etme yöntemlerinin neler olduğuna ve neler yapılabileceğini içermektedir.

Grup çalışmasında gerçekleştirilmesi planlanan etkinlikler için uygun bir ortamın seçilmesi grup çalışmasının verimli ve etkin bir şekilde ilerlemesinde önemlidir. Grup çalışmasının gerçekleştirileceği ortam toplantı salonu olarak planlanmıştır. Kurumun çalışma saatlerinin dışında ve grup çalışmasına katılacak çocukların haftalık programına uygun olan gün ve saat belirlenerek o gün ve saate grup oturumlarının gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır. Grup çalışması yapılacak yer kurum tarafından belirlenmiştir. Üyelerin kendilerini rahat ve iyi hissetmesi ve gürültüden uzak, sakin bir yer olması adına uygun bir ortam oluşturulmuştur.

Çalışma 8 hafta olarak belirlenmiş ve her hafta kişiler arası sorunlar ve öfke duygusu ile ilgili farklı bir konu ele alınmıştır. Her grup oturumundan önce grup çalışmasının atmosferine uygun olarak oda düzeni ve oturum sırasında kullanılacak olan materyallerin temin edilmesi gibi ön hazırlıklar yapılmıştır. Grup çalışmasına bu kesimin seçilmesinin amacı; yaşam döngüsünde ergenlik döneminde olan bireylerin, çocukluktan genç yetişkinliğe adım atmaları sonucu sorumluluklarının artması, içinde bulundukları okul, aile, arkadaş ve öğretmen

gibi çevre faktörleri ile yaşadıkları iletişim problemleri ve sonucunda oluşan öfke durumunu daha fazla hissetmeleridir. Üyelerin öfkelerini ifade etme biçimlerinin sağlıklı olması, yaşanan sorunların çözümüne yönelik olarak gerçekleşen olumlu ve olumsuz davranışları belirlemesini, olumsuz duygularla sağlıklı bir biçimde baş etmelerini sağlayacak, iletişim problemlerini azaltmada etkili olacak ve üyelerin yaşamlarının ileri gelişim dönemlerinde daha işlevsel ve sağlıklı insan ilişkileri kurmalarının yanı sıra sağlıklı bir gelişim sağlamaları açısından önemli olacaktır.

Çalışmaya katılan bireylere, kişilerarası problem çözme ve öfke kontrolü becerisi kazandırmanın yanında bireylerin sosyal hayatlarını ve kişilerarası iletişim becerilerini iyileştirmek ve geliştirmek amaçlanmıştır.

Üyelere ulaşımda belirlenen kriterler şu şekildedir;

- Tüm üyelerin 14-16 yaş aralığında bulunması
- Homojen bir grup belirlenmiştir (Sadece erkek üyelerin yer alması).
- Kişilerarası ilişkilerde ve iletişimlerde sorun yaşama ve öfke kontrolü becerisine tam anlamıyla sahip olmama gibi birbiri ile ilişkili sebeplerin göz önüne alınarak üyelerin seçilmesi
- Aile ilişkileri ve öz geçmişleri
 - Boşanma
 - Parçalanmış
 - Ölüm
- Çalışmaya uyumlu olma.

1. Oturum: “Tanışma, Kuralların ve Amaçların Belirlenmesi”

Hedefler

1. Grup sürecine alışma ve diğer grup üyeleri ile güvene dayalı bir ilişki kurabilme.
2. Genel olarak programın amaçlarını kavrayabilme.
3. Grup sürecindeki rol ve sorumluluklarını kavrayabilme.
4. Kişiler arası sorunun ne olduğunu tanımlayabilme
5. Kişiler arası sorun çözme sürecini ana hatlarıyla ve temel öğeleriyle söyleyebilme.

İlk oturumun gündemi genel olarak tanışma ve üyeler liderler arasında kaynaşma olduğundan, tanışma için küçük bir ısınma oyunu ile grup oturumlarına başlanması ve güven ortamının oluşması ve ayrıca grubun çalışmasının amacının kavranabilmesi ilk amaçtır. Grup üyeleri kendilerini bir sıfatla tanıttıktan sonra kendisinden önceki üyelerin de sıfatlarıyla birlikte isimlerini söyleyerek gerçekleştirilen tanışma oyunu ortamın daha olumlu geçmesini ve üyelerin birbirini daha iyi tanımasını sağlamıştır.

Ardından, grup üyeleri neden grupta olduklarına dair duygu ve düşüncelerini paylaşmıştır. "Özverili Olma" adlı eğitici hikâyeyi okunarak grup dayanışmasının ve yardımlaşmasının önemini vurgulanmıştır. Üyelerden eğitime katılmalarına ve beklentilerine ilişkin düşünceleri öğrenilmiştir. Beklentilerin öğrenilmesi ortak amaçlar belirlenmesinde önemlidir. Bu çalışmanın amacının, kişiler arası sorun çözme becerisini etkin kullanarak öfkelerini kontrol edebilmeleri olduğunu belirtilmiştir.

Üyelere grup içerisinde uyulması gereken kuralların önemini vurgulanmış ve grup kuralları belirlenmiştir.

Açıklamadan yararlanarak "kişiler arası sorun" kavramı açıklanmıştır. "Başkalarıyla bir araya gelindiğinde kişiler arasında genellikle bir etkileşim olur. Aile, okul gibi ortamlar kişiler arası etkileşimin en yoğun olduğu ortamlardır. Etkileşimde bulunan kişiler aralarındaki etkileşimin niteliğinden memnun olabilirler ya da olmayabilirler. Memnun oldukları sürece aralarında "sorun" yok demektir. Kişiler arası sorunlar etkileşimde bulunan taraflardan en az birinin mevcut etkileşimin niteliğinden hoşnutsuzluk duymasıyla ortaya çıkar" Üyelerin paylaşımlarından da yararlanarak kişiler arası ilişkilerdeki sorunların, iletişim, iletişim biçimi arasındaki farklılıklar ve bu nedenle yaşanan gerginlik hissi, bu olumsuz hissi ortadan kaldırmak için girişimlerde bulunulan ancak girişimlerin engellendiği bir durum olduğu vurgulanmıştır.

Üyelere son zamanlarda yaşadıkları ve bir önceki etkinlikte yazdıkları sorunu tekrar düşünerek sorun karşısında ne yaptıklarını ifade etmeleri istenmiştir. Bir üyenin paylaştığı olayı ve verdiği tepkiyi canlandırmaları istenmiştir (Ör: öğretmen-öğrenci sorunu). Üyelerin gönüllü olarak bu rolleri almış ve rolleri alan üyeler spontan olarak aldıkları rolleri oynamıştır.

"Kişiler arası sorun çözme" kavramı açıklanmıştır. Kişiler arası sorun çözmenin, kişiler arası sorunların sebep olduğu huzursuzluğu gidermeye yönelik çabalar içeren bir süreç olduğu belirtilmiştir. Sorun çözme sürecinin bir sorunun fark edilmesiyle, sorunun tanımlanmasıyla (nedenlerinin anlaşılması) başladığını ve soruna çözüm bulununcaya kadar devam ettiği anlatılmıştır. "Yolumuzdaki Engeller" adlı eğitici hikâyeyi okunarak, grup üyelerinin hikâye üzerinde üzerindeki görüşlerini paylaşmaları istenmiştir. Üyelerin paylaşımlarından yararlanarak, toplumsal bir varlık olduğumuz için sorunlar ortaya çıkmasının son derece doğal olduğunu, sorunların kişisel ve toplumsal yaşamımızı geliştirmeye yönelik girişimlerin itici gücü olabileceklerini belirtilmiştir. Öğrencilerin hatırladıkları, gelişimlerine katkı sağlayan sorunlarını grup üyeleriyle paylaşmaları istenmiştir.

Oturumun özetini yapılmış ve paylaşmak istedikleri herhangi bir şey olup olmadığı sorulmuştur. Haftaya gerçekleştirilecek oturumun konusu ve zamanı hatırlatılarak oturum bitirilmiştir.

2. Oturum: “Kişiler Arası Sorun Çözme Becerisi”

Hedefler

1. Kişiler arası sorunların nedenlerini öğrenme
2. Kişiler arası sorunlar karşısında gösterilen tepkileri öğrenme
3. Gösterilen tepkilerin her birinin, kişiler arası sorunların sonucunu nasıl etkilediğini fark edebilme.

Üyelere ilk oturumun özeti yapılmış, ardından oturumda ele alınacak konunun kişiler arası sorunların nedenlerinin ve kişilerarası sorunlar karşısında gösterilen tepkiler olduğu açıklanmıştır.

Kişiler arası sorunların nedenleri nelerdir? Sorusu yöneltilerek üyelerin paylaşımları tahtaya not alınmıştır. Kişiler arası problemlerle baş etmek için, sorunların nedenleri hakkında fikrimiz olması gerektiği belirtilmiştir.

Üyelerden ilk oturumda belirttikleri veya yeni bir kişiler arası sorunların, sorununun nedenini ifade etmelerini istenmiştir. Her üye gruba getirdiği sorunun kaynağını

- a- Kaynakların eksikliği
- b- Karşılınmayan Psikolojik ihtiyaçlar
- c- Değerler, Öncelikler ve İlkelerde Farklılıklar açısından incelemiştir. Kendi sorununun hangi gruba girdiğini nedenleriyle açıklamışlardır.

Günlük yaşamda karşılaşılan sorunlarda kendilerinin ne tür tepkiler verdiklerini sorarak etkileşimi başlatılmıştır. Verdikleri yanıtlar tahtaya not alınmıştır. Öğrencilerin verdikleri yanıtlardan yararlanarak kişilerin aynı sorunlar karşısında farklı tepkiler verdikleri üzerinde durulmuştur. Kişiler arası sorunlarda gösterilen tepkiler formu dağıtılmıştır.

Kişiler arası sorunlarda gösterilen tepkileri canlandırmaları için üyeler üç gruba ayrılmıştır (sert, yumuşak, ilkeli). Gruplara hazırlanmaları için yeterli zaman verilerek "öğretmen öğrenci sorunları, aile- çocuk sorunları, çocuk- çocuk sorunları ve çevreyle ilgili sorunlar" grupların adlarına uygun olarak canlandırma yapmaları beklenmiştir. Çalışmanın tamamlanmasından ardından gruplar neler yaşadıkları, neler hissettiklerini paylaşmışlardır. Kişilerin aynı soruna, farklı tepki göstermelerinin ne tür olası sonuçlarının olacağını üzerine durulmuştur.

Gruptan istekli bir üyenin ortaya gelerek gözlerini kapatması; hayatında önemli bir yeri olan kişiyle yaşadığı sorunu düşünerek, sorun karşısında verdiği tepki ve tepkinin sonucunu hatırlaması istenmiştir. Ortadaki üye kendisine bir eş seçerek canlandırmada bulunmuştur.

Okul ortamında sıklıkla yaşanan kişiler arası sorunlar karşısında verilen tepkilerin ve sonuçlarının fark edilmesi amacıyla örnek üzerinden ve üyelerin getirdiği örnekler üzerinden grup çalışmasına devam edilmiştir. Oturum özetlenerek ve ev ödevi verilerek bitirilmiştir.

3. Oturum: “Düşüncelerimiz”

Hedefler

1. Kişiler arası sorunlarda yer alan düşünceleri fark edebilme.
2. Sorun çözmeyi engelleyen olumsuz düşünceleri bilme.
3. Sorun Çözmeyi kolaylaştıran olumlu düşünceleri bilme.
4. Sorun çözmeyi engelleyen ve kolaylaştıran düşüncelerin sorun çözme yaklaşımındaki etkisini fark edebilme.

Üyelerden gönüllü olanlardan birinin ikinci oturumda işlenen konunun özetinin yapılması istenmiştir. Bu oturumda kişiler arası sorunlarda ve kişiler arası sorunların çözümünde etkili olan düşüncelerimizin ele alınacağını belirtilmiştir.

Üyelerden arkalarına yaslanarak, rahat bir pozisyon alarak gözlerini kapatmaları beklenmiştir. "Sizden takvim yapraklarını geriye doğru çevirmenizi istiyorum, takvim yapraklarını çevirirken yaşamınızdaki kişilerle yaşadığınız sorunları hatırlayın. Bu gün günlerden takvim yapraklarını düne doğru, ... bir ay öncesine doğru, ... bir yıl öncesine, ... doğru çevirirken yaşamınızdaki kişiler arası ilişkilerde yaşadığınız sorunlar hatırlayın". Daha sonra bu kişiler arası sorunu yeniden hayalinde çözmeleri, üstesinden gelmeyi denemeleri istenmiştir. Yeterli zaman tanıdıktan sonra “ Şimdi günümüzde, bu odadasınız ve gözlerinizi açın” diyerek hayal ettikleri sorunu çözmeleri veya çözememeleri durumunda neler düşündükleri, akıllarından neler geçtiği sorulmuştur.

Daha sonra kişiler arası sorun çözmeyi engelleyen olumsuz düşüncelerin neler olabileceği sorularak etkileşim yönlendirilmiştir. Kişiler arası sorun çözmeyi kolaylaştıran olumlu düşüncelerin neler olabileceği sorulmuştur. Üyelerin verdikleri yanıtlardan da yararlanarak sorun çözmeyi kolaylaştıran olumlu düşünceler açıklanmıştır.

Olumsuz ifadelerin yer aldığı öncesinde hazırlanan materyal grup üyelerine dağıtılmıştır. Burada, gruba listelenen ifadeler okunmuş; her bir ifadeden sonra, grup üyelerine bu ifadenin hangi olumlu düşünce prensibini bozduğu sorulmuştur. Olumlu düşünce prensibine uygun olması için ifade de nasıl bir değişikliğe gidilmesi gerektiğini sorulmuştur.

Kişiler arası sorun çözmeye etkili olan olumlu ve olumsuz düşünceleri verilen rol içerisinde canlandırmaları istenmiştir. Öğrenciler A ve B olarak iki gruba ayrılmış; A ve B’leri birebir eşleştirerek yeterli sayıda grup oluşturulmuştur.

A'lara "Sizler evin annesi veya babasısınız. Özellikle okul döneminde çocuğunuzun çok yoğun ve gece geç saatlere kadar bilgisayarın başında zaman geçirmesinden kaygılanıyorsunuz. Bu durumda çocuğunuzun sağlık, okul başarısı ve bazı davranış sorunları yaşayabileceğini düşünüyorsunuz ve bu durumu çocuğunuzla konuşmak istiyorsunuz". B'lere "Sizler evin çocuğusunuz. Özellikle okul döneminde evinizde çok yoğun ve gece geç saatlere kadar bilgisayarın başında zaman geçiriyorsunuz, eve gelir gelmez ilk isiniz bilgisayar açmak olmaktadır. Bu durumdan ailenizin zaman zaman rahatsız olduğunun farkındasınız" yönergesini verdikten sonra, oluşan grupların yarısına olumlu düşünceleri, kalan yarısına da olumsuz düşünceleri temel alarak sorunu çözmek için konuşmaya başlamaları istenmiştir. İkili canlandırmalar teker teker ele alınarak canlandırmalardan sonra neler yaşandığına ilişkin görüşleri grupta paylaşılmıştır. Canlandırmalarda yer alan olumsuz düşüncelerin ve olumlu düşüncelerin sorun çözme sürecini nasıl etkilediği vurgulanmıştır. Günlük yaşamda karşılaştıkları kişiler arası sorunlarda yer alan olumlu ve olumsuz düşünceleri ve bu düşüncelerin kişiler arası sorunların çözümüne olan etkileri tartışılmış ve ev ödevi verilerek oturum tamamlanmıştır.

5. Oturum : “Dinleme Becerisi”

Hedefler

1. Etkin dinlemenin özelliklerini bilme.
2. Etkili dinlemenin olmadığı yaşantı sergileyebilme.
3. Etkili dinlemenin olduğu yaşantı sergileyebilme.
4. Sözel olmayan ipuçları ayırt edebilme.

Geçen haftaların özeti ve değerlendirmesi yapılarak oturum başlatılmış, üyelerden ev ödevi olarak verilen son zamanlarda arkadaşıyla, öğretmeniyle, ailesiyle veya çevresindeki diğer kişilerle yaşanan sorunlarda sorunun tarafı olan kişilerin birbirlerini dinlemeleri hakkındaki gözlemlerini grup üyeleriyle paylaşmaları istenmiştir.

İnsan ilişkilerinde kişilerin birbirini dinlememesinin oldukça yaygın olduğu, örneğin, biri konuşurken karşısındaki kişinin dikkatini vermesini engelleyen çeşitli şeyler yaptığı (başka tarafa bakmak, gazete okumak vb.) üzerinde konuşulmuştur. Dinlememenin kişiler arası sorunlara neden olduğu, aynı zamanda kişiler arası sorunların çözümüne engel olabildiği ve sağlıklı kişiler arası etkileşimler kurabilmek için varlığımızın belli bir yoğunlukta orada olması gerektiği vurgulanmıştır.

Grup üyelerine kişiler arası sorunların çözümünde etkili olan dinleme becerisinin fiziksel boyutunda bazı temel unsurların olduğunu, bu unsurların şunlar olduğu belirtilmiştir:

- Karşınızdaki kişinin yüzüne doğrudan bakmak,

- Açık beden duruşu sergilemek,
- Gözlerinizle iyi bir iletişim kurmak,
- Diğer kimseye doğru eğik pozisyonda durmak,
- Bu pozisyonda rahat olabilmektir.

Grup üyelerinden gönüllü biri eş olarak seçilmiş, ortaya iki sandalye konmuş birine grup üyesi, diğerine grup lideri oturmuştur. Diğer grup üyelerinin gözlemci olmaları ve gözlemleriyle ilgili olarak not almaları istenmiştir. Grup üyesinden kişiler arası bir sorun paylaşması istenmiş, bu paylaşım esnasında etkin dinleme ile ilgili kurallar grup lideri tarafından ihlal edilmiştir (örneğin, karşıdaki kişinin yüzüne doğrudan bakmamak, gözlerle ilişki kurmamak). Grup üyelerinden, bu konuşmada etkin dinlememe konusunda neler gözlemlediklerini, seçilen eşten etkin dinlenmeme durumunda neler hissettiğini grupla paylaşması istenmiştir. Ardından diğer grup üyeleri de eşleşerek bu sürece dahil edilmiştir.

Fiziksel dinlemeyle birlikte aynı zamanda karşımızdaki kişinin sözel olmayan beden hareketleri, yüz ifadeleri, ses tonlaması ve vurgulamasını içeren ipuçlarının da dinlenmesi gerektiğini verilen bilgidan yararlanılarak vurgulanmıştır. "Bu ipuçları konuşan kişinin sözel mesajlarını tasdik eder bazen de konuşan kişinin verdiği mesajların aksini göstererek asıl mesajı ortaya çıkarır. Örneğin, bir kimse kızgınlık mesajını iletirken sesini yükseltir ve masaya yumrukla vurursa hem sesini yükseltmesi hem de masayı yumruklaması onun kızgınlığını vurgular. Eğer konuşan kişi, senin istediğin eşyayı verme konusunda tereddütlü bir şekilde evet diyorsa, sözel olmayan ipuçları onun sözel mesaj ile çelişkiye düşmektedir".

Grup üyelerinden dörder kişilik gruplara ayrılmalrı istenmiş; her bir üye A, B, C, D olarak adlandırılmıştır. A ve B üyeleri beş dakika süreyle istedikleri şeyler üzerinde konuşmuştur (Örneğin, okuldaki arkadaş ilişkileri). C ve D üyeleri bu konuşmalara gözlemci olarak katılmıştır. A ve B konuşurken C ve D üyelerinden A ve B'nin sözel olmayan ipuçlarını gözlemleyerek not almaları; konuşmanın tamamlanmasından sonra gözlemci üyelerden sözel olmayan ipuçlarıyla ilgili geri bildirimde bulunmaları istenmiştir. Örneğin; "o kadar rahattın ki, bir ara biraz yayıldın ve bende sanki olup bitenle hiç ilgilenmiyorsun izlenimi bıraktın". Daha sonra konuşan ve gözlemci üyelerin rolleri değiştirilerek sürecin tekrarlanması sağlanmıştır. Oturum özetlenerek ve ev ödevi verilerek tamamlanmıştır.

5. Oturum: "Kişiler Arasında Yaşanan Duygular"

Hedefler

1. Duyguyu tanımlayabilme ve duygunun yaşamsal önemini fark edebilme.
2. Duyguları bilme.

3. Duyguların bedensel etkilerini fark edebilme

4. Yaşadığı duyguyu ifade edebilme

Üyelerin bir önceki oturuma ilişkin varsa duygu ve düşüncelerini paylaşımlarına fırsat tanınmıştır. Daha sonra bu oturumda kişiler arası sorunlarda ve kişiler arası sorunların çözümünde etkili olan duyguların ele alınacağı belirtilmiştir. Ev ödevi olarak verilen son zamanlarda arkadaşlarıyla, öğretmenleriyle, ailesiyle veya çevresindeki diğer kişilerle yaşadığı kişiler arası ilişkilerde ve sorunlarda yaşanan duygular hakkındaki gözlemlerini grup üyeleriyle paylaşımları istenmiştir.

Grup üyelerine, duyguyu nasıl tanımlarsınız? sorusu yöneltilmiştir. Grubun paylaşımlarını alarak duygunun tanımı yapılmıştır. "Duygular genel olarak fizyolojik ve bilişsel öğelere sahip ve davranışı etkilemeye dair duyumlardır".

Duygularımızın yaşam için önemi nedir? Sorusuyla etkinlik başlatılmıştır. Bilgiden yararlanılarak duyguların yaşam için önemi vurgulanmıştır. "Duygularımız tehlike, acı bir kayıp, zorluklara karşın bir hedefe doğru ilerleme, eşine bağlanma ve bir aile kurma gibi yalnızca akla bırakılamayacak durum ve görevlerde yol göstericidir. Her duygu bizi bir şekilde hareket etmeye hazırlar; sosyal ilişkilerin düzenlenmesine yardımcı olurlar, her biri insan hayatında tekrarlanan güçlüklerle baş edebilecek şekilde bizi yönlendirir".

Üyelerin beyin fırtınası yardımıyla hatırladıkları duyguları tanımlayan sözcükler tahtaya liste halinde yazılmıştır. Paylaşılan duygulardan bir liste oluşturarak grup panosuna asılmıştır. Grup üyelerine yukarıdaki listede yer alan duyguyu yaşadığınız zaman bedeninizde neler olmaktadır, neler yapmak istiyorsunuz? Sorusunu yöneltilmiştir. Grup üyelerinin verdikleri yanıtlar tahtada not alınmıştır

Örneğin korktuğum zaman;

*Ağzım kurur

*Elim ayağım titrer

*Oradan uzaklaşmak isterim

Öfkelendiğim zaman;

*Başım ağrır

*İçime atarım

*Sağa sola

sataşırım

Grup üyelerinden listedeki duyguları tekrar gözden geçirmeleri; bu duygulardan herhangi birini yoğun bir şekilde yaşadıkları bir yaşantısını düşünmeleri istenmiştir. Grup üyelerine yeterli zaman tanıdıktan sonra yaşantılarını grupta paylaşımları sağlanmıştır. Ardından aşağıda verilen tartışmalar yapılmıştır.

• Duyguları tanımayı öğrenmenin yararı nedir?

"Kişiler arası sorun çözme sürecinde birbirimizin duygularını anlamak oldukça önemlidir. Eğer kişiler birbirlerini etkili dinleyerek kendilerinin ve karşısındakilerinin duygularını anlarsa aralarındaki sorunu çözmek konusunda

daha fazla istekli olurlar ve sorunu çözmek için önemli bir adım atılmış olacaktır".

- Hangi duygular kolayca ifade edilebiliyor, hangi duygular zor ifade ediliyor? Neden?
- Kendinizi öfkeli hissetmenizi sağlayan olaylar veya durumlar nelerdir?
- Öfke her zaman olumsuz bir duygu mudur? Öfkenin olumlu yönleri var mıdır?

"Öfke herkes tarafından zaman zaman hissedilen temel duygulardan biridir. Aynı zamanda en çok ilgi uyandıran ve en az anlaşılan duygulardan biridir. Sıklıkla istenmeyen bir duygusal durum olarak görülmesine rağmen, kendini korumak, amaca ulaşmak ya da engelleri aşmak için, bireyi motive ettiği için bazen uyumsal işlevleri de olan sağlıklı bir duygusal durumdur. İlimli düzeyde olduğunda, düşmanca olmayan ve yapıcı bir tavırla ifade edildiğinde, kaygıyı azaltabilir, problemlerin tanımlanmasını ve etkili davranışların ortaya çıkmasını kolaylaştırabilir. Ancak yoğun olduğunda ve düşmanca, saldırganca ya da işlevsel olmayan yollarla ifade edildiğinde pek ok probleme yol açabilir".

- Bir insanın mutlu olduğunu nasıl anlarsınız?
- Mutlu olduğunuz zaman vücudunuzda neler hissediyorsunuz?
- Kendinizi mutlu hissetmenizi sağlayan olay veya durumlar nelerdir?
- Farklı kişiler, farklı şeylerden mi öfkelenmekte veya mutlu olmakta ya da aynı şeylerden mi?

Oturum özet ve ev ödevi ile tamamlanmıştır.

6. Oturum: "Kişiler Arası Sorunu Tanımlama"

Hedefler

1. Kişiler arası sorunları sistematik olarak ifade edebilme.
2. Kişiler arası sorunları tanımlamada dikkat edilecek hususlar bilme.
3. Kişiler arası sorunu tanımlayabilme.
4. Temel isteğini ifade edebilme.
7. **Oturum: "Birden Fazla Çözüm Yolu Düşünme"**

Hedefler

1. Çözümü zor görünen sorunlarda hoşgörüyü artırmanın, soruna adım adım yaklaşmanın, beklenti düzeyini azaltmanın önemini kavrayabilme.
2. Hangi problemin öncelikle gündeme alınacağını bilme.
3. Tanımlanan kişiler arası soruna birden fazla çözüm üretebilme

4. Ortaya konan çözüm yollarından benzer veya aynı çözüm önerilerini eledebilme

8. Oturum : “Her Çözüm Yolunun Olası Sonuçlarını Dikkate Alma ”

Hedefler

1. Bir sonraki aşamada ne olabileceğine ilişkin ardışık düşünme becerisi kazanabilme.
2. Aynı ve farklı olası sonuçlar ayırt edebilme
3. Sonlandırma

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde deney ve kontrol gruplarının Kişiler Arası Problem Çözme Envanteri ile Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği aldıkları puanların normal dağılıp dağılmadığı incelenmiştir. Bu doğrultuda deney ve kontrol gruplarının ölçeklerden aldığı ön-test puanlarının homojenliği, basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerleri hesaplanmıştır. Sorun çözme beceri eğitimin etkili olup olmadığına ilişkin yorumlarda, deney ve kontrol gruplarının ön test ve son test puan ortalamalarının farkları arasındaki fark test edilmiştir. Deney grubunun ön test ve son test puan ortalamaları ile Wilcoxon İşaretli Sıralar testi ile karşılaştırılmış ve .05 düzeyinde anlamlı olup olmadığı incelenmiştir.

Bulgular

Bu bölümde sorun çözme beceri eğitimin etkili olup olmadığına ilişkin deney grubunu ön test ve son test puanlarına ait bulgular yer almaktadır.

Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği ve Kişiler Arası Problem Çözme Envanterine İlişkin Bulgular

Sorun Çözme Beceri Eğitim Programına katılan deney grubunda yer alan öğrencilerin Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği ve Kişiler Arası Problem Çözme ve ön-test ve son-test ölçümlerinden aldıkları puanların değerleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Deney Grubunun Kişiler Arası Problem Çözme ve Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği Toplam Ön-test ve Son-test Puanlarına İlişkin Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi Sonuçları

Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği		Ön-test Sıra ort	Ön-test Sıra top	Son-test Sıra ort.	Son test sıra top.	Wilcoxon Testi	p değeri
Sürekli öfke	Deney Grubu	6.20	31	3.50	14	-1.007	.314
Öfke içe	Deney Grubu	5.86	41	2.00	4	-2.201	.028*
Öfke dışa	Deney Grubu	5.88	23.5	2.48	21.5	-.119	.906
Öfke Kontrol	Deney Grubu	4.17	12.5	5.42	32.5	-1.186	.236
Kişiler Arası Problem Çözme Ölçeği		Ön-test Sıra ort	Ön-test Sıra top	Son-test Sıra ort.	Son test sıra top.	Wilcoxon Testi	p değeri
Probleme Olumsuz Yaklaşma	Deney Grubu	5.20	26	4.75	19	-.415	.678
Yapıcı Problem Çözme	Deney Grubu	3.67	11	5.67	34	-1.364	.173
Sorumluluk Alamama	Deney Grubu	3.38	13.50	5.63	22.50	-.634	.526
Kendine güvensizlik	Deney Grubu	7.33	22	3.83	23	-.059	.953
Israrıcı sebatkar y.	Deney Grubu	5	10	5	35	-1.481	.139

Sorun Çözme Beceri Eğitim Programına katılan deney grubundaki öğrencilerin Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği sürekli alt boyutu ön testi sıra puan ortalaması ($\bar{X}$ =6.20), son-test puan sıra puan ortalamasına ($\bar{X}$ =3.50) göre daha yüksek bulunmuştur. İstatistiksel olarak deney grubundaki öğrencilerin sürekli öfke alt boyutu ön test ile son-test puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=.314$, $p>.05$).

Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği öfke içe alt boyutu ön testi sıra puan ortalaması ($\bar{X}$ =5.86), son-test puan sıra puan ortalamasına ($\bar{X}$ =2) göre daha yüksek bulunmuştur. İstatistiksel olarak deney grubundaki öğrencilerin öfke içe alt boyutu ön test ile son-test puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p=.028$, $p<.05$).

Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği öfke dışa alt boyutu ön testi sıra puan ortalaması ($\bar{X}$ =5.88), son-test puan sıra puan ortalamasına ($\bar{X}$ =2.48) göre daha yüksek bulunmuştur. İstatistiksel olarak deney grubundaki öğrencilerin öfke dışa alt boyutu ön test ile son-test puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=.906$, $p>.05$).

Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarz Ölçeği öfke kontrol alt boyutu ön testi sıra puan ortalaması ($\bar{X}=4.17$), son-test puan sıra puan ortalamasına ($\bar{X}=5.42$) göre daha düşük bulunmuştur. İstatistiksel olarak deney grubundaki öğrencilerin öfke dışı alt boyutu ön test ile son-test puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=.236$, $p>.05$).

Sorun Çözme Beceri Eğitim Programına katılan deney grubundaki öğrencilerin Kişiler Arası Problem Çözme Ölçeği probleme olumsuz yaklaşma alt boyutu ön testi sıra puan ortalaması ($\bar{X}=5.20$), son-test puan sıra puan ortalamasına ($\bar{X}=4.75$) göre daha yüksek bulunmuştur. İstatistiksel olarak deney grubundaki öğrencilerin öfke dışı alt boyutu ön test ile son-test puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=.678$, $p>.05$).

Sorun Çözme Beceri Eğitim Programına katılan deney grubundaki öğrencilerin Kişiler Arası Problem Çözme Ölçeği yapıcı problem çözme alt boyutu ön testi sıra puan ortalaması ($\bar{X}=3.67$), son-test puan sıra puan ortalamasına ($\bar{X}=5.67$) göre daha düşük bulunmuştur. İstatistiksel olarak deney grubundaki öğrencilerin öfke dışı alt boyutu ön test ile son-test puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=.173$, $p>.05$).

Sorun Çözme Beceri Eğitim Programına katılan deney grubundaki öğrencilerin Kişiler Arası Problem Çözme Ölçeği sorumluluk alamama alt boyutu ön testi sıra puan ortalaması ($\bar{X}=3.38$), son-test puan sıra puan ortalamasına ($\bar{X}=5.63$) göre daha düşük bulunmuştur. İstatistiksel olarak deney grubundaki öğrencilerin öfke dışı alt boyutu ön test ile son-test puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=.526$, $p>.05$).

Sorun Çözme Beceri Eğitim Programına katılan deney grubundaki öğrencilerin Kişiler Arası Problem Çözme Ölçeği kendine güvensizlik alt boyutu ön testi sıra puan ortalaması ($\bar{X}=7.33$), son-test puan sıra puan ortalamasına ($\bar{X}=3.83$) göre daha yüksek bulunmuştur. İstatistiksel olarak deney grubundaki öğrencilerin öfke dışı alt boyutu ön test ile son-test puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=.953$, $p>.05$).

Sorun Çözme Beceri Eğitim Programına katılan deney grubundaki öğrencilerin Kişiler Arası Problem Çözme Ölçeği ısrarcı sebatkar yaklaşım alt boyutu ön testi sıra puan ortalaması ($\bar{X}=5$) ile son-test puan sıra puan ortalaması ($\bar{X}=5$) eşit bulunmuştur. İstatistiksel olarak deney grubundaki öğrencilerin öfke dışı alt boyutu ön test ile son-test puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=.139$, $p>.05$).

Sonuç

Ergenlik dönemi sürecinde öğrencilerin problem çözme becerilerinin kazandırılması hedeflenen çalışma sonuçlarına göre, sorun çözme beceri eğitim programına katılan öğrencilerin öfke içe puanlarının azalmasında anlamlı

düzeyde etkisinin olduğu bulunmuştur. Sorun Çözme Beceri Eğitim Programının öğrencilerin sürekli öfke, öfke dışı, probleme olumsuz yaklaşma, kendine güvensizlik puanlarının azalmasında etkili olurken; diğer yandan öfke kontrol, yapıcı problem çözme, sorumluluk alamama puanlarının artmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmaya göre öğrencilerin bastırılmış, sürekli öfkelerinin ve öfkenin kolayca ifade edilme düzeylerinin azaldığı bununla beraber öfkenin kontrol edilmesinin arttığı söylenebilir.

Eğitim programının yer ve zaman koşulları öğrenciler için daha uygun hale getirilip kız öğrencileri ve diğer yaş gruplarını da içine alacak bütünlükte uygulanması önerilmektedir.

Teşekkür

Bedel ve Arı (2015)'ya alana sunmuş oldukları katkıları için teşekkür ederiz.

Uygulama sürecinde destekleri için Saha Uygulama II dersi öğrencilerimiz olan Esra İnce, Muhammed Safa Kaya, Sıla Nur Kaya, Saadet Ayhan ve Hekim Giçer'e teşekkür ederiz.

Kaynakça

1. Arslan, C., Hamarta, E. ve Saygın, Y. (2010). An investigation of aggression and interpersonal problem solving in adolescents. *Elementary Education Online*, 9(1), 379-388.
2. Arslan, G. ve Kabasakal, H. Z (2013). Ergenlerin problem çözme becerileri ve ana-baba tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Turkish Studies (Elektronik)*, 8(6), 33- 42.
3. Atik, G. ve Kemer, G. (2008). İlköğretim ikinci kademe öğrencileri arasındaki zorbalığı yordamada problem çözme becerisi, sürekli öfke-öfke ifade tarzları ve fiziksel özyeterliğin rolü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 198- 206.
4. Averil, R. & James. (1983). Studies on anger and aggression: implications for theories of emotion. *American Psychologist*, 38(11), 1145– 1160.
5. Bedel, A. ve Arı, R. (2015). Kişiler arası sorun çözme beceri eğitiminin ergenlerin kişiler arası problem çözme yaklaşımlarına, sürekli öfke ve öfke ifade tarzlarına etkisinin incelenmesi. S. Erkan ve A. Kaya içinde, *Deneyisel Olarak Sınanmış Grupla Psikolojik Danışma ve Rehberlik Programları IV* (s.77-132), Ankara: Pegem Akademi.
6. Conger, J.C., Conger, J.A. Edmondson, C., Tescher, B. & Smolin, J. The relationship of anger and social skills to psychological symptoms. *Assessment*, 10(3), 248-258.
7. Çam, S. ve Tümkaya, S. (2007). Kişilerarası problem çözme envanteri'nin (KPÇE) geliştirilmesi: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(8), 95-111.
8. Çelikkaleli, Ö. ve Gündüz, B. (2010). Ergenlerde problem çözme becerileri ve yetkinlik inançları. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 361 – 377.
9. Defenbacher, J. L., Lynch, S.R., Oetting, E.R. & Kemper, C.C. (1996). Anger reduction in early adolescents, *Journal of Counseling Psychology*. 43(2), 149-157.
10. Demirci Danışık, N. (2005). *Ergenlerin sürekli öfke ifade tarzları ile problem çözme becerileri arasındaki ilişki*. Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
11. Dow, G. T., & Mayer, R. E. (2004). Teaching students to solve insight problems: Evidence for domain specificity in creativity training. *Creativity Research Journal*, 16(4), 389-402.
12. Greening, L. (1997). Adolescent stealers' and nonstealers' social problem solving skills. *Adolescence*. 32 (125), 51-55

- 13.Güneri Yöyen, E., Azaklı, A., Üney, R., Demirci, O. Merdan, E. (2017). Ergenlerin kişilik özelliklerinin problem çözme becerisi üzerine etkisi. *Doğu Anadolu Sosyal Bilimlerde Eğilimler Dergisi*, 1(1), 75-93.
- 14.Güzel, A. (2004). *Marmara Üniversitesi öğrencilerinin öğrenme stilleri ile problem çözme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- 15.Kabasakal, Z. ve Uz Baş, A. (2013). Öğretmen adaylarında yaşam doyumunun yordayıcısı olarak problem çözme becerileri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 27-35.
- 16.Köknel, Ö. (1999). *Kaygıdan mutluluğa kişilik*. İstanbul: Altın Kitabevi.
- 17.Lochman, J. E. (1992). Cognitive-behavioral intervention with aggressive boys: Threeyear follow-up and preventative effects. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 60(3), 426-432.
- 18.Moon, J. R, & Eisler, R M. (1983). Anger control: An experimental comparison of three behavioral treatments. *Behavior Therapy* ,14, 493-505.
- 19.Otacıoğlu, S. G. (2008). Müzik eğitimi bölümü öğrencilerinin problem çözme. Özguven düzeyleri ile çalgı başarılarının karşılaştırılması. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26, 143-154.
- 20.Sahin. N., Sahin. N. H. ve Happner, P. P. (1993). Psychometric propeties of the Problem Solving Inventory in a group of Turkish university students. *Cognitive Therapy and Research*, 17 (4), 379-396.
- 21.Serin, N.B. ve Derin, R. (2008). İlköğretim öğrencilerinin kişilerarası problem çözme becerisi algıları ve denetim odağı düzeylerini etkileyen faktörler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 1-18.
- 22.Suzuki, L. A. & Ahluwalia, M. K. (2004). Two decades of research on the Problem solving Inventory a call for empirical clarity. *The Counseling Psychologist*, 32, 429-438.

**TEZKİRE-İ ŞU'ARÂ-YI MEVLEVİYYE'DE
MEVLANA'NIN MESNEVÎ'Sİ**

Mehmet Nuri Çınarcı

*Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi,
Türk Dili ve Edebiyatı Eğitimi, 0000-0001-7493-3872*

GİRİŞ

Mevlana'nın kaleme aldığı eserler içerisinde hiç şüphesiz Mesnevî'nin gerek içerdiği konular gerekse de bu konular üzerinden tahkiye yoluyla insanları doğru yola iletme metodu bakımından farklı bir yeri vardır. Yazıldığı tarihten itibaren başta Müslüman coğrafyası olmak üzere birçok insanı tesiri altına alan Mesnevî, talipleri farklı din ve mezheplere mensup kişiler olmasına rağmen genele hitap etmeyi başarabilmiş nadir eserlerden biridir. Temel gayesi Kur'an-ı Kerim'in batınî yönünü izah esasına dayanan Mesnevî, ayrıca saliklere tasavvuf adabının ana ilkelerini de aktarmaya çalışmıştır. Mesnevî, içerdiği konular itibariyle başta varlık olmak üzere yaratılış, ahlak, bilgi, hayatın gayesi gibi asırlar boyunca insanlığın fikrî dünyasında zuhur etmiş ve çoğunlukla dinsel paradigmalar kullanılarak çözülmeye çalışılmış bu mevzulara farklı ve kendine özgü bir yaklaşım tarzı ile cevap vermeye çalışmıştır. Etkisi altına aldığı kitlenin genişliği ve her kesimden insanın iltifatına tabi olması verdiği bu cevapların makul düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır.

Pek çok insanın fikir dünyasına nüfuz etmeyi başarabilmiş olan Mesnevî, onun mana dünyasına hâkim olan erbabları tarafından toplumdaki bireylerin kendi imkânları ölçüsünde nasiplenmeleri için tercüme ve şerh edilmeye başlanmıştır. XIII. yüzyılda başlayan Mesnevî'yi Türkçeye tercüme etme geleneğine XIV. yüzyıldan itibaren Mesnevî şerhleri eşlik etmiştir. Mesnevî'nin insanlar tarafından anlaşılma isteği eserin sadece Türkçeye çevrilmesiyle sınırlı kalmamış; günümüzde birçok farklı din ve kültüre mensup insanların dillerine de tercüme edilmesini sağlamıştır. Mesnevî'nin temel esaslarını anlatmak için ilk önce Mevlevî tekkelerinde mesnevîhanlar yetiştirilmiş ve bu mesnevîhanlar yine Mevlevî tekkelerinde Mesnevî dersleri vermeye başlamışlardır. Daha sonra ise XVII. yüzyıldan itibaren Mesnevî, Osmanlı medreselerinde ders olarak okutulmuş, XIX. yüzyılda ise halka Mesnevî okutmak amacıyla "Dâru'l-mesnevî"ler kurulmuştur. XIX. yüzyılda Mesnevî dersleri camilerde yapılmaya başlanmıştır. Öte yandan Mesnevî, sadece Mevlevî tarikatı tarafından değil; devrin farklı tarikatlarına mensup kişiler tarafından da okunmuştur. Zira kaynakların ifadesine göre Mevlevîlerle birlikte birçok tarikat ehlinin tekkelerinde ve camilerde yaptıkları vaaz ve sohbetlerinin temel kaynaklarından birini Mevlana'nın Mesnevî'si oluşturmaktadır (Öngören, 2007: 54)

Mevlana'dan sonra oğlu Sultan Veled tarafından kurulmuş olan Mevlevî tarikatı sadece dinî ve tasavvufî değerlerin öğretildiği bir yer değil aynı zamanda birçok şair, musikişinas, hattat ve nakkaşın yetiştiği kültürel bir ortamdır. Mevlana'nın şairliği sebebiyle, şiirin "sünnet-i seniyye-i Mevleviyye" olarak kabul edilmesi ve bu tarikattaki Mesnevî okuma ve okutma geleneği, Mevlevîleri şiirden anlamaya hatta şair olmaya yöneltmiştir (Horata, 1999: 46). Tekkenin

sağladığı bu kültürel olanaklar çoğu şair ve şarihin buralarda yetişmesine zemin hazırlamıştır. Nitekim Esrâr Dede, dâhil olduğu Mevlevî tekkesinde şiir yazmaya başlamış; XIX. yüzyılın önemli şarih ve mesnevîhanlarından Muhammed Es'ad Dede de burada Arapça öğrenmiştir. Mevlevî şairlerinin sayılarında yaşanan bu ciddi artış sadece onların biyografilerini içeren çeşitli eserlerin de yazılmasına vesile olmuştur. Esrâr Dede'nin Tezkire-i *Şu'arâ-yı Mevlevîyye*, Sâkıb Dede'nin *Sefîne-i Evliyâ* ve Ali Enver'in *Semâhâne-i Edeb* adlı yapıtları bu minvalde kaleme alınmış eserlerdir.

Türk milletinin yetiştirdiği en büyük ârif, âlim ve şairlerden biri olan Mevlana'nın ve onun eserleri ve fikirleri etrafında şekillenen Mevlevîliğin ortaya çıkışından bugüne kadar Türk kültür ve sanatını, din ve düşünce hayatını ne kadar etkilediği umumiyetle bilinen bir husustur (Erdoğan, 2009:155). Mesnevî'nin yapı itibarıyla manzum yani şiir olarak vücut bulması ve ona Mevlana gibi mana iklimlerinin sarrafı olarak nitelendirilen bir kişinin hayat vermesi şairlerin duygu dünyalarını derinden etkilemiştir. Mevlana'nın manevi varlığından feyz alan şairler, şiirlerinde sık sık Mevlana, Mesnevî ve Mevlevî tarikatından bahsetmişlerdir. Elbette Mevlevîliğin bu temel değerlerine dair övgü dolu şiirler yazan şairlerin başında Mevlevî şairler gelmekle beraber Mevlevî olmayan Nâbî ve Nef'î gibi şairlerin de bu tarz şiirler yazdıklarını biliyoruz. Yukarıda isimleri zikredilen Mevlevî kaynaklarının içerisinde Mevlana ve Mesnevî'ye dair yazılmış birçok şiire rastlamak mümkündür. Diğer taraftan şairlerin Mevlana sevgisi öyle bir raddeye ulaşmıştır ki onun övgüsüne dair şiirlerin bir araya getirildiği mecmualar dahi oluşturulmuştur. Nitekim XIX. yüzyılda yaşayan gümrük idaresi kâtiplerinden Vâsıf Bey, Mevlana'yı öven şiirlerin yer aldığı *Mecmû'a-i Medâiyih-i Mevlânâ*¹ adıyla bir mecmua tertip etmiştir.

Yine bir Mevlevî olan Esrâr Dede'nin 1797 tarihinde kaleme aldığı *Tezkire-i Şu'arâ-yı Mevlevîyye* sadece Mevlevî şairlerin biyografilerine yer veren bir tezkiredir. Şeyh Gâlib'in yazmayı planladığı Mevlevî şairleri tezkiresini yine onun izniyle üstlenen Esrâr Dede, eserinde 212 şairden bahsetmektedir. Tezkireci, eserini yazarken Sâkıb Dede'nin *Sefîne-i Evliyâ*, Şahidi Dede'nin *Gülşen-i Esrâr* ile Hasan Çelebi ve Âşık Çelebi'nin tezkirelerinden yararlanmıştı. Dili ağır olan tezkirenin en çok eleştirilen yönü Mevlevî olmayan kimi şairleri de bu tarikata mensupmuş gibi göstermesidir. Tezkirede şairlerin biyografileri anlatılırken örnek verilen şiirlerin en dikkat çekici özelliği önemli bir kısmının Mevlana, Mesnevî ve Mevlevî tarikatı ile ilgili olmasıdır. Şairlerin

¹ Bkz.: Mermer, Ahmet, Hidayetoğlu, Ahmet Selahattin, Erdoğan, Mustafa, Koç Keskin, Neslihan (2009). *Osmanlı Şiirinde Mevlana Övgüleri ve Mevlevilik Unsurları*” Diyanet Vakfı Yayınları.

Mevlana'yı konu edindikleri şiirlerde ona genellikle Mevlana, Mevlevî, Hünkâr ve Monlâ-yı Rum şeklinde hitap ettikleri görülür. Mevlana bu şiirlerde saygı duyulan, şefaât edici ve yol gösterici, ilham veren ve ilahî sırlara vakıf bir zat olarak tanıtılır. Mevlevilik ile ilgili yazılan şiirlerde ise şairlerin Mevlevî tarikatına mensubiyetlerinden dolayı duydukları memnuniyet ve tarikata özgü kimi ritueller anlatılmaktadır. Mevlana'nın en önemli eseri olan Mesnevî de şairlerin çeşitli vesilelerle ismini zikrettikleri Mevlevîliğin başka bir unsurudur. Bu çalışmada tezkiredeki şairlerin biyografilerinden ve şiirlerinden hareketle Mesnevî'ye dair düşünceleri ortaya konulmaya çalışılacaktır.

1. TEZKİRE-İ ŞU'ARÂ-YI MEVLEVİYYE'DE MEVLANA'NIN MESNEVÎ'Sİ

Mevlana ve Mesnevî'nin hem klasik dönem hem de modern dönem şairleri üzerinde ciddi bir etkisi vardır. Klasik Türk edebiyatına mensup şairlerin divan veya mesnevilerinde çeşitli vesilelerle Mevlana ve Mesnevî'yi andıkları ve kendi bakış açılarına göre şiirlerindeki duygu dünyasında onlara çeşitli nitelikler yükledikleri görülür. Divan şairlerinin edebî muhayyilesinde Mesnevî'nin nasıl konumlandığını en iyi tarif eden beyitlerden biri kendisi de Mevlevî olan Şeyh Gâlib'e aittir. *Hüsn ü Aşk* mesnevisinin şairin övgüsüne ayrılmış kısmında Şeyh Gâlib, kitabını yazarken Mesnevî'den esinlendiğini şu meşhur beytiyle anlatmaktadır:

Esrârını Mesnevî'den aldım

Çaldım velî mîrî mâli çaldım (Doğan, 141)

Şeyh Gâlib'in şairlik yeteneği ve Mevlana ile Mesnevî'den almış olduğu feyz, Türk edebiyatının seçkin yapıtlarından birinin yazılmasına vesile olmuştur. Şeyh Gâlib'in bu sözü sarf etmesinde elbette Mevlevî oluşunun önemli bir etkisi vardır. Ancak Şeyh Gâlib'den farklı olarak Mevlevî olmadığı halde Mevlana'dan aldığı ilhamla şiir yazdığını ifade eden şairler de mevcuttur. Esrâr Dede tezkiresinde XVIII. yüzyılın önemli şairlerinden Seyyid Vehbî bir Mevlevî olan Nesîb Dede'nin vefatına tarih düşerken Mevlana'dan feyz aldığını şöyle ifade eder.

Geldi bir mısra' derûna feyz-i Mevlânâ ile

'Arş ola rûh-ı Nesîb-i Mevleviye cilve-gâh (Genç, 2018: 286)

Mevlana ve Mesnevî, klasik Türk edebiyatının önde gelen temsilcileri üzerinde de ciddi etkiler bırakmıştır. Mevlevî olmadıkları halde Mevlana'ya duydukları saygı neticesinde onu şiirlerinde öven şairlerin sayısı azımsanmayacak derecede çoktur. Divan şairleri divanlarında çeşitli vesilelerle az ya da çok Mesnevî ve Mevlana'ya dair şiirler yazmışlardır. Ahmed Paşa, Bâkî, Şeyhülislam Yahyâ, Nef'î, Nâbî gibi klasik Türk edebiyatının önemli temsilcilerinin şiirlerinde Mevlana ve Mesnevî'den bahseden şiirleri mevcuttur.

Hatta Hakikî mahlasıyla şiirler yazan Karakoyunlu hükümdarı Cihanşâh'ın Farsça divanında dahi Mevlana ile ilgili yazılmış şiirlere rastlanır.

Merhabâ ey hazret-i sâhib-kırân-ı ma'nevî

Nâzım-ı menzûme-i silk-i le'âl-i Mesnevî (Akkuş, 2018: 29)

Nef'î

Feleklerde meleklerde semâ' itmez mi kalmışdur

'Aceb âvâze saldı nây-ı Mevlânâ bu nüh takta (Kavruk, 380)

Şeyhülislam Yahya

Daha önce de ifade edildiği gibi Mevlana'nın şiir ve şair üzerindeki etkisi çağları aşan bir niteliğe sahip olduğu için kendisinden çok sonraları yetişen şairlerin duygu dünyaları üzerinde de etkili olmuştur. Klasik Türk edebiyatından sonra ortaya çıkan Yeni dönem Türk edebiyatına mensup şairlerin şiirlerinde de Mevlana ve Mesnevî'nin tesirini görmek mümkündür. Başta klasik Türk edebiyatının şekil ve muhtevasını yeni şiire uyarlamaya çalışan yani bir anlamda geleneğin izlerini taşıyan şairler olmak üzere Tanzimat ve Cumhuriyet dönemi edebiyatlarına mensup birçok şair şiirlerinde Mevlana'yı işlemişlerdir. Bu şairlerden hiç şüphesiz en başta geleni Türk şiirinin büyük ustası Yahya Kemal'dir. "İsmail Dede'nin Kâinatı" adlı şiirinin ilk dizelerinde Mevlana ve Mesnevî'ye olan sevgisini Mevlevîliğin temel enstrümanlarından olan ney üzerinden şöyle dile getirir:

Mesnevî şevkini eflâke çıkarmış Nây'iz

Haşre dek hem-nefes-i Hazret-i Mevlâna'yız (Beyatlı, 1962: 95)

Tezkire-i Şu'arâ-yı Mevleviyye'de bulunan şairlerin çoğu Mevlevî tarikatına mensup olduklarından haliyle kaleme aldıkları şiirlerde yeri geldikçe Mesnevî'den bahsetmişlerdir. Tezkirede Mesnevî'den çeşitli vesilelerle bahseden ya da Mesnevî ile irtibat kurduktan sonra düşünce dünyası değişen toplam 19 şair mevcuttur. Bu şairler; Dânişî Ali Dede, Derviş-i Diger, Derviş Derûnî, Rahmetullah Dede, Sa'idâ Dede, Derviş Sâmi, Derviş Şûrî-i Meczûb, Derviş Sâbir-i Parsâ, Garîbî Ebûbekir Efendi, Şeyh Gâlib, Derviş Feyzî, Yahyâ Efendi, Muhammed Dede, Derviş Ünsî, Bostân Çelebi, Sâkîb Dede, Derviş Bekâyî, Cevrî ve Hudâyî Dede'dir. İsmi geçen şairlerin önemli bir kısmı şiirlerinde Mesnevî'nin bazen benzer bazen de farklı yönlerine değinmişlerdir. Mevlevî tarikatının genel yapısı gereği Mesnevî'yi iyi bildikleri anlaşılan şairlerin önemli bir kısmı derviş ya da dededir. Biyografilerde Mesnevî ile tanıştıktan veya onun manevi dünyasını anladıktan sonra Mevlevî tarikatına tabi olan kimi şairlerden de bahsedilmektedir.

Mesnevî'nin şairler tarafından nasıl algılandığı ve şairlerin Mesnevî'ye hangi anlamları yüklediklerine geçmeden önce Mevlana'nın Mesnevî'yi nasıl tarif ettiğine bakmakta fayda vardır. Mevlana, Mesnevî'yi ve onun taliplerini iki

temel değer üzerinde konumlandırır. Suret ve mana. Tasavvuf terminolojisinde zahir ve batın olarak da ifade edilebilecek bu hususlar Mevlana'nın işârî tefsiri olarak nitelendirilen eserine dair yaptığı tarifi ana çerçevesini çizmektedir. Nitekim Mesnevî'de bu husus şu beyitlerle anlatılmaya çalışılır.

“Mesnevî'nin sözlerinin suretine bakarsan bu, suret ehlini sapıtır; mana ehlini ise hidayete erdirir.

Ey manevi denize susamış olan! Mesnevî'den tarafa gel! Ondan yana gel ki her an Mesnevî'de sadece bir mana denizi görürsün.” (Güllüce, 2008: 131)

Mevlana'nın bu beyitlerde üzerinde ısrarla durduğu temel konu “mana”dır. Manaya hâkim olmayan onun hikmetlerini bilmeyen yani bir anlamıyla surette kalan insanların Mesnevî'den herhangi bir pay alamayacakları hatta Mesnevî'nin bu durumdaki insanları yoldan saptıracağı belirtilir. Tasavvuf öğretilerinin çoğunda yer alan suretten manaya geçişte ifadenin mana boyutunda kalanların tasavvufi metinleri küfür olarak addedeceği anlayışı Mevlana'da da mevcuttur. Diğer taraftan Mevlana, Mesnevî ile ilgili okuyanın bakış açısına göre şekillendiği ve bir bakıma nasıl bakılırsa öyle görüleceği şeklinde bir tarif yapar. Ancak esas itibarıyla kastedilen yine mana ve suret ehlidir.

“Her kim Mesnevî'yi masal diye okursa onun için masaldır. Her kim de kendisinin halini bu kitapta görürse o kimse merttir.

Mesnevî Nil suyu gibidir. Kıptilere kan görünmüştür. Musa'nın kavmine ise kan değil sudur.” (Güllüce, 2008: 131)

Mistikliğin birbirinden farklı olan cereyan ve tasavvurları, şarkın ve garbın mistiklerinde eski ve yeni zamanlarda peyda olan semboller, bütün bu dinî dünya Mevlana'nın eserinde ilahi aşkın ateşi ile eritilip birleştirilmiştir (Bilgin, 2008: 50). Bu yüzden mütedeyyin bakış açısına sahip birçok insan ve tarikat erbabına göre Mevlana, manevi sırlara vukufiyeti olan ve bu sırları Mesnevî'de anlatmaya çalışan bir tasavvuf önderidir. Dinsel öğelerin şekillendirdiği mana, Mevlana'nın hem şairliği hem de tasavvufi kimliğiyle özdeşleşmiş temel bir değerdir. Mesnevî'nin odak noktasını oluşturan mana, bu eserin müellifi tarafından Mesnevî-i Ma'nevî şeklinde adlandırılmasına sebebiyet vermiştir. Diğer taraftan *Ariflerin Menkıbeleri* adlı kitapta geçen Mevlana'nın yakın dostu ve gönül yoldaşı olan Şems-i Tebrîzî'nin ona “Ey mânâlar âleminin sarrafı beni bul, beni anla” (Eflakî, 1973: 216) şeklindeki hitabı Mevlana'nın İlâhi sırlara vakıf olduğunu gösteren en önemli delillerden biridir. *Tezkire-i Şu'arâ-yı Mevlevîyye*'de şairlerin Mevlana'nın ön plana çıkardıkları temel özelliği “İlahi sırların kâşifi” olmasıdır. Nitekim Mevlana, Mesnevî'de eserini “keşşâfü'l-Kur'an olarak tarif etmektedir.

Nây-ı Mevlânâ-yı Rûmî genc-i esrâr-ı Hudâ

Her demi miftâh ile açdı bu kenzi evliyâ (Genç, 2018: 54)

(Mehmed Birrî)

Matla'-ı şems-i Hudâ Hazret-i Monlâ Hünkâr

Kâşif-i sırr-ı Hudâ Hazret-i Monlâ Hünkâr (Genç, 2018: 68)

(Derviş Bekâyî)

Ey kâşif-i esrâr-ı Hudâ Mevlânâ

Sultân-ı fenâ şâh-ı bekâ Mevlânâ (Genç, 2018: 233)

(Şeyh Gâlib)

Esrâr Dede tezkiresinde de şairler Mesnevî'den genellikle onun mana boyutu ve İlâhi sırların anlatıldığı bir yapıt olarak bahsederler. Tabii Mesnevî'ye atfedilen bu özellikler haliyle onu yazan Mevlana'nın düşünce dünyasına ait birer yansımadır. Yani bir anlamda şairler Mevlana'nın kendisi ile fikir ve görüşleri hakkında istişare etmeseler dahi Mesnevî aracılığıyla onun maneviyatından feyz almaya çalışırlar.

Cümle kelâmun Mesnevî sûretde zâtın ma'nevî

Tâlib sana her Mevlevî yâ Hazreti Monlâ-yı Rûm (Genç, 2018: 35)

(Derviş Ünsî)

Kitâb-ı Mesnevî gûş-ı dile vecd u semâ'undur

Tarîk-i Mevlevî'de neydeki sıyt u sadâ sensin (Genç, 2018: 252)

(Derviş Feyzî)

Mesnevî'nin ismi şiirlerde genellikle Mevlana ile beraber zikredilir. Mevlana, Mesnevî ve Mevlevî sözcükleri şairlerin anlam bağıntısı yoluyla şiirlerinde sık sık bir arada kullandıkları ifadelerdir. Buna göre mana ikliminin hükümdarı Mevlana, İlâhi sırları anlattığı kitap olan Mesnevî'nin sahibi ve Mevlevîlerin yönlerini çevirip biat ettikleri kıblegâhlarıdır. Yine Mevlana ve Mesnevî, Mevlevî meclisine ışık verip gönülleri aydınlatan bezmin ziynetidir.

Pâdişâh-ı ma'nevî sâhib-kitâb-ı Mesnevî

Kıblegâh-ı Mevlevî şâhen-şeh-i gerdûn-me'âb (Genç, 2018: 117)

(Dânişî Ali Dede)

Mesnevî vü Mevlevî şîr ü şekerdür bezmine

Hasretü'l-Firdevsdür ayş-ı hoş-rindân-ı hû (Genç, 2018: 134)

(Rahmetullah Dede)

Manalar âlemini içerisinde barındıran Mesnevî, ondan bihaber olan ölü gönüller için bir ışık kaynağıdır. Onun tesiriyle esrâr-ı manadan hissesini alan her can, zahiri aşıp batına aşına olur ve Mesnevî'nin muciz-beyân sözleriyle sınırı belli olan âlemi, sema yapan Mevlevî dervişleri misali döne döne dolanmaya başlar.

Rûhdur cism-i ma'ânîye kitâb-ı Mesnevî

Zinde imişdür cihânı ol hitâb-ı müstetâb (Genç, 2018: 118)

(Dânişî Ali Dede)

Mesnevî'den iden ısgâ-yı kelâm-ı mu'ciz
Döne döne tolanur ol harem-i ma'nâyı (Genç, 2018: 125)
(Derviş-i Diger)
Hikem-nişîn-i kürsî-i Mesnevî idicek
Kılır füyûz-ı nefes tarf-ı 'arşı isti'ab (Genç, 2018: 219)
(Şeyh Gâlib)

Mesnevî, şairlerin gözünde bir şifa kaynağıdır. Elbette her derde deva olduğu söylenen Mesnevî'nin çare bulmaya çalıştığı, fiziksel hastalıklardan ziyade eşyanın somut gerçekliğiyle karşılaşmış ve salt dünyevi arzularla teskin olmaya çalışan manen ölmüş canlar içindir. Mesnevî'nin hikmeti ve esrarını kavrayarak onu hayatına uygulamaya çalışan hiçbir ruhun Hak yolunda başına kötü bir şey gelmez.

Haste diller n'ola bulursa semâ'ından safâ
Hikmet-i hakkıyla her derde devâdur Mesnevî (Genç, 2018: 44)
(Bostân Çelebi)
Mesnevî esrârını eyle mürde cânâ müstened
Tâ yolun urmaya râh-ı Hak'da hergiz dîv ü ded (Genç, 2018: 50)
(Derviş Bekâyî)

Mesnevî, esas itibarıyla tarikat erbabına tasavvufi düşüncesinin her mertebesini aktarmak gayesiyle yazılmıştır. Nitekim Mevlana, kendisini tasavvufi mesnevi geleneği içinde Senâ'î ve Attâr çizgisinin bir devamı olarak görür ve bu ikisi hakkında övücü ifadeler kullanır (Ceyhan, 2004, s. 327). Ahmed Eflakî'nin *Âriflerin Menkıbeleri* adlı kitabından aktardığına göre Hüsametdin Çelebi, Mevlana'ya muhibbanlarının Hâkim Senâ'î'nin *İlâhinâme*'si ile Attâr'ın *Mantıku't-tayr*'ını zevkle okuduklarını kendisinin de müritlere bu tarzda bir hatıra bırakması gerektiğini ifade ettikten sonra Mevlana'nın sarığından Mesnevî'nin ilk 18 beytini çıkarıp Çelebi'ye verdiğini belirtir (Ahmet Eflakî, 1973, s. 167). Yine Mesnevî² ve Mesnevî şerhlerine³ bakıldığında istifade edilen kaynakların başında Attâr ve Senâ'î gibi mutasavvıfların eserleri gelmektedir. Attâr'ın Mevlana üzerindeki etkisi fark edilmiş olacak ki şair Nef'î, Mesnevî'yi onun himmetiyle çözdüğünü ifade eder.

Hâk-ı pây-ı Şeyh Attâr'ım ki oldu himmeti
Taima üstâd-ı ders-i müşkülât-ı Mesnevî (Akkuş, 2018: 30)

² Mesnevî'nin kaynakları için bkz.: Çelik, İ. (2005). Klasiklerimiz/XIII-Mesnevî-i Manevî, *Tasavvuf-İlmi ve Akademik Araştırma Dergisi*, Mevlana Özel Sayısı, 14, 661-696.

³ Mesnevî şerhlerinin kaynakları için bkz.: Çınarcı, M. N., Botalıç, M. (2022). Türkçe Mesnevî Şerhlerinin Kaynakları, *Social Sciences and Humanities Studies*, 19, 45-68.

(Nef'i)

Tezkiredeki şairler de Mesnevî gibi anlaşılması güç bir kitabın sırlarını çözebilmek için Mevlana'dan feyz aldıklarını belirtirler. Mesnevî'nin anlamını çözen, bir yönüyle bütün eşyanın da sırrını çözmüş olur.

Tolsa esrâr-ı hakikatla n'ola dünyâ evi

Feyz-i Mevlânâ ile keşf oldı sırr-ı Mesnevî (Genç, 2018: 178)

(Dede Sâbir-i Parsâ)

Mesnevî'den işidüp cümle kelâmu'llâhı

Bilür esrârını künhiyle kamu eşyânın (Genç, 2018: 101)

(Hudâyî Dede)

Hatta Mevlevî dervişi olan Yahyâ Efendi'nin ifadesiyle kendisi Mesnevî'yi tahrir etmek hususundaki dahi ilhamı yine Mevlana'dan almaktadır.

Feyz irdi cenâb-ı Mevlevî'den

Bir lâyiha çıkdı Mesnevî'den (Genç, 2018: 307)

(Yahyâ Efendi)

Aidiyet, her insanın duygusal dünyasında bulunan ve hayatında önemli bir yer tutan sosyolojik bir kavramdır. Herhangi bir gruba ait olma hissi, insan bilincinde onun hayatına yön veren ve yaşadığı sosyal ortamın toplumsal değerlerini şekillendiren temel etmenlerdendir. Başlangıç itibarıyla esas çerçevesini ailenin çizdiği bu değerler, zamanla bireyin karıştığı gurup ya da guruplar tarafından yeniden şekillenir. Destek verilen bir futbol takımı, birlikte eğitim görülen bir okul ya da bir arada çalışılan iş yeri, toplumdaki bireylerin beraber hareket etmelerini sağlayan ve kendilerini ait hissettikleri toplumsal ortaklıklardır. Bu ortaklıkların her birinin kendine özgü alametleri vardır. Bu alametler kimi zaman bir renk, bazen bir amblem bazen de bir kimlik kartı olabilir. Özellikle muhafazakar toplumların en belirleyici öğelerinden biri olan tarikatların da kendilerine ait ritüel ve işaretleri vardır. Mevlevî tarikatına bakıldığında başta Mevlana olmak üzere, sema ve bu ritüele eşlik eden ney, kudüm ve ud; Mevlana semazenlerinin bu ayin esnasında taktıkları sikke ve giydikleri beyaz tennure ve siyah hırka tarikat üyelerinin en belirgin alametleridir. Tabii tarikata Mevlana'nın bahsettiği Mesnevî'yi de unutmamak gerekir. Tezkiredeki şairlere göre Mevlevîliğin en önemli kanıtlarından birisi de Mesnevî'dir.

Huccet-i Hak'dur bizüm her nağme-i efgânumuz

Mazhar-ı Monlâ-yı Rûm'uz Mesnevî burhânumuz (Genç, 2018: 219)

(Sâbir-i Parsâ)

Mazhar-ı Monlâ-yı Rûm'uz Mesnevî burhânumuz

Sâlik-i râh-ı hakikat vâsıl-ı Mevlâ bizüz (Genç, 2018: 28)

(Muhammed Dede)

Bilindiği gibi tarihsel süreç içerisinde tasavvuf adabını özellikle teorik anlamda ilkeleriyle anlatan birçok eser mevcuttur. Bu eserlerin ele aldıkları konuları anlatım tarzı bakımından edebî ve fikrî eserler şeklinde iki gruba ayırmak mümkündür. Edebî eserler içerisinde Şebüsterî'nin *Gülşen-i Râz*'ı, Attâr'ın *Mantuku't-tayr*'ı ve Sultan Veled'in *İbtidânâme*'si yer almaktadır. Fikrî eserlerden ise İbn Arabî'nin *Fütûhât-ı Mekkiye*'si İmam Gazalî'nin *İhyâ u Ulûmu'd-dîn*'i ve Sühreverdî'nin *Avârifü'l-Ma'ârif*'ini sayabiliriz. Mesnevî şarihlerinin de şerhleri esnasında bu kaynaklardan sık sık yararlandıkları görülür. Mevlevî dervişleri bu kaynakların yanı sıra Mesnevî'yi de haklı olarak tasavvufu anlatan eserlere dâhil etmektedirler. Dervişler kimi zaman içerdiği tasavvufî konular itibarıyla Mesnevî'yi başka tasavvufî eserlerle kıyaslayıp onun daha üstün olduğuna hükmederler. Mevlevî dedelerinden Muhammed Dede'ye göre Mesnevî dururken tasavvufun ilk dönem eserlerinden olan ve Ebu Tâlib el-Mekkî tarafından kaleme alınan *Kûtü'l-kulûb*'ü okumaya lüzum yoktur.

Tâlib-i Kûtü'l-kulûb olmak ne hâcet var iken

Mesnevî-i ma'nevî manendi bir Kûtü'l-kulûb (Genç, 2018: 21)

(Muhammed Dede)

Mevlevî kaynaklarının önemli bir kısmında Mesnevî'nin Mevlevî dervişleri için önem arz ettiği ve kimi zaman da kutsal bir metin olarak görüldüğü hem şiirlerinden hem de biyografilerinden hareketle belirtilir. Bu tutumun sergilenmesinde hiç şüphesiz Mesnevî'nin “mağz-ı Kur'an, keşşâf-ı Kur'an” şeklindeki tanımlamaları ve Molla Câmî gibi büyük mutasavvıfların “peygamber değil fakat kitabı var.” ifadeleri etkili olmuştur. Divanında Mevlana ve Mesnevî'yi sıkça öven Sâkîb Dede, tezkiresindeki bir şiirinde de Mesnevî üzerine yemin ederek ona kutsallık atfetmektedir.

Görmesün rûy-ı hazân-ı mâtemi

Bir dahî Sâkîb bi-hakk-ı Mesnevî (Genç, 2018: 45)

(Sâkîb Dede)

Tezkire-i Şu'arâ-yı Mevleviyye'de isimlerini ve şiirlerini zikrettiğimiz şairler dışında biyografilerindeki bilgilerden hareketle Mesnevî'nin etkilediği bazı şairlerden de bahsedilmektedir. Tezkirede Mesnevî'nin hayatına yön verdiği belirtilen şairlerin tamamı Mevlevî olmadıkları halde Mesnevî'yi dinledikten sonra bu yola iltica etmiş şairlerdir. Tezkirede anlatıldığı kadarıyla Derviş Sâmî, esasında Mevlevî tarikatına mensup olmayan ilim erbabı bir zattır. Gavsî Dede'nin Galata Mevlevîhânesi şeyhi olduğu bir dönemde burada vermiş olduğu Mesnevî vaazına katılan şair, Mesnevî'nin sözlerinden etkilenecek Mevlevî tarikatına dâhil olur ve uzun bir müddet Galata Mevlevîhânesi'nin bir hüccesinde ikamet eder.

“...Gavsî Dede’nün esnâ-i meşîhati olmağla mecâlis-i mukâbelâtta istimâ’-ı va’z-ı tezkîr-i Mesnevî’lerinden müte’essir olup dâhil-i dârü’l-hizmet-i Mevlevî ve nice zamân hânkâh-ı Galata’da hücre-i intihâda münzevî olmuşlardır.” (Genç, 2018: 149).

Tezkirede biyografisinden bahsedilen diğer bir şair ise Belgrad şehrine mensup yiğitliği ve savaşçı kişiliğiyle tanınmış Sa’idâ Dede’dir. İlk başlarda Adnî Dede’nin sohbetlerine iştirak eden Sa’idâ Dede, daha sonra Mesnevî vaazlarına katılmasıyla birlikte Mevlevî tarikatına intisap eder ve Belgrad’daki tekkenin şeyhliğine vekillik yapar.

“Belgrad-ı dârü’l-cihâddan ser-zede bir mübâriz-i meydân-ı ma’reke-i nef’ü hevâ ve gâzî-i düşmen-şiken-i saff-ı vegâ olmağla mev’ûd-ı mücâhidîn-i dîn-i mübîn olan na’im-i behişt-ferdâyı Hazret-i ‘Adnî Dede cenâb-ı müntehâ-me’âblarının sohbet-i irfânlarında nakden... dâhil-i cennât-ı ‘adn-ı mecâlis-i ma’nevî ve sîr-âb-ı kevser-i takrîr-i Mesnevîleri olup bir müddet kûçek-i meydân-ı behişt-akrânları ba’dehû Belgrad Hânkâh’ında câ-nişîn-i meşîhatları olmuştur.” (Genç, 2018: 143).

Derviş Şûrî-i Meczûb ise Farsça öğrendikten sonra Mesnevî’yi öğrenmeye başlamış ve bu okumalarla birlikte Mesnevî’de anlatılan aşkın sırrına dair kendi payına düşeni almıştır.

“Hazret-i Sîneçâk’ın kûçek-i terbiye-kerdeleri olup Fârisî okuyup Mesnevî öğrenüp esrâr-ı ‘aşktan çok gûşâyış hâsıl itdi.” (Genç, 2018: 161).

SONUÇ

Mevlevî tarikatının en önemli unsurlarından olan Mesnevî, Türk toplumu üzerinde derin tesirleri olan bir yapıttır. Tarihin her döneminde hem tarikat erbabı hem de halk, Mesnevî’yi anlamaya çalışmış; bu yüzden de Mesnevî’nin tercüme ve şerhleri ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte Mesnevî’nin daha iyi anlaşılması adına onu anlatan mesnevihanlar yetiştirilmiştir. İlk olarak Mevlevîhanelerde verilen Mesnevî vaazları, daha sonra daru’l-mesnevilerde yapılmış; XIX. yüzyıldan itibaren ise Mevlevî tarikatına mensup ayrıca şarih ve mesnevihan olan Muhammed Es’ad Dede tarafından camilere taşınmıştır. Mesnevî’nin insan hayatına dair dinî ve tasavvufî esaslı çok yönlü bakış açısı farklı din ve mezheplere sahip çoğu kişinin ilgisini çekmiştir. Bu yüzden dünyanın birçok farklı diline çevrilmiş olan Mesnevî, üzerinde yerli ve yabancı yüzlerce kişinin araştırma yaptığı nadir eserlerden biridir.

Mevlana ve onun kaleme aldığı Mesnevî, birçok şairin şiirine konu olmuştur. Başta klasik Türk edebiyatı şairleri olmak üzere Mevlana ve Mesnevî’nin çeşitli yönleriyle Türk şiirinde sık sık işlendiğine tanık olmaktayız. Mevlana’nın hayatına dair yazılan kaynaklarda onun “mana âleminin sarrafı”

Mesnevî'nin ise bu mananın ifşa edildiği bir eser olarak tarif edilmesi şairleri de etkilemiştir. Bundan dolayı Mevlana ve Mesnevî'den bahseden şairlerin önemli bir kısmı bunların mana boyutunu işlemiştir. Mesnevî'nin içinde barındırdığı mana âleminden elbette ki en büyük feyzi Mevlevî şairleri almıştır. Mevlevî şairlerin biyografilerini anlatan Esrâr Dede'nin *Tezkire-i Şu'arâ-yı Mevleviyye*'sinde birçok şairin çeşitli vesilelerle şiirlerinde Mesnevî'den bahsettikleri bilgisi mevcuttur. Şiirlerinde Mesnevî'yi konu edinen şairlerin üzerinde durdukları en önemli husus Mesnevî'nin manevi sırları açıklayıcı bir niteliğe sahip olmasıdır. Mana boyutuna dair şairlerin ortak kanaati ise bu sırlara vakıf olan herkesin doğru yolu bulduğu yönündedir. Ayrıca Mesnevî'nin tasavvufi bir eser olarak diğer tasavvufi eserlerle kıyaslanması, kutsal bir metin olarak görüldüğü için üzerine yemin edilmesi ve Mevlevî olmanın en büyük alametlerinden birisi sayılması şairlerin Mesnevî'ye dair işledikleri diğer konulardır. Öte yandan Esrâr Dede, bazı şairlerin biyografilerini anlatırken onların Mesnevî'yi dinleyip anladıktan sonra Mevlevî tarikatına girdikleri bilgisini de vermektedir.

KAYNAKÇA

1. Ahmed E. (1973). *Âriflerin Menkıbeleri-II*, (Çev. Tahsin Yazıcı), Hürriyet Yayınları.
2. Akkuş, M. (2018). *Nef'î Divânı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/57741,nefi-divanipdf.pdf?0>
3. Beyatlı, Y. K. (1962). *Eski Şiirin Rüzgârıyla*, Yahya Kemal Enstitüsü.
4. Bilgin, B. (2008). Mevlana ve Dünya Kültürüne Etkisi, *Erdem*, 18 (50), 27-50.
5. Ceyhan, S. (2004), “Mesnevi”, *TDV İslam Ansiklopedisi*, (C. 29, 325-334), Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
6. Çelik, İ. (2005). Klasiklerimiz/XIII-Mesnevî-i Manevî, *Tasavvuf-İlmi ve Akademik Araştırma Dergisi*, Mevlana Özel Sayısı, 14, 661-696.
7. Çınarcı, M. N., Botalıç, M. (2022). Türkçe Mesnevî Şerhlerinin Kaynakları, *Social Sciences and Humanities Studies*, 19, 45-68.
8. Doğan, M. N. (Tarihsiz). *Şeyh Gâlib, Hüsn Aşk*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/10711,seyhgalibhusnuaskmuhammetnurdoganpdf.pdf?0>
9. Erdoğan, M. (2009). “Klasik Türk Şiirinde Mevlana Medhiyeleri ve Mecmu’a-ı Medâyah-i Mevlana, *Mevlana Araştırmaları-3*, (Edt. Karaismailoğlu, A.), Akçağ Yayınları, s. 155-174.
10. Genç, İ. (2018). *Tezkire-i Şu'arâ-yı Mevleviyye*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/57762,tezkire-i-suara-yi-mevleviyyepdf.pdf?0>
11. Güllüce, H. (2008). Mesnevi’de Temsili Anlatım ve Hikâye ve Temsillerle Kuran Ayetlerinin Açıklanması,” *Erdem*, 50, 130-160.
12. Horata, O. (1999). Mevlana ve Divan Şairleri, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 16, Özel Sayı, 43-56.
13. Kavruk, H. (Tarihsiz). *Şeyhülislam Yahyâ Divânı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/10655,seyhulislamyahyadivanihasankavrukpdf.pdf?0>
14. Mermer, A., Hidayetoğlu, A. S., Erdoğan, Mustafa, Koç Keskin, N. (2009). *Osmanlı Şiirinde Mevlana Övgüleri ve Mevlevilik Unsurları*” Diyanet Vakfı Yayınları.
15. Öngören, R. (2007). Mevlana’nın Osmanlı’ya Etkileri, *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 0 (16), 49-57.

GELİŞMİŞ ÜLKELERDE AR-GE HARCAMALARI YOKSULLUK İLİŞKİSİNİN ANALİZİ*

Doç. Dr. Mehmet ŞENGÜR¹
Müslime SÖZEN²

**Bu çalışma 20 Mayıs 2021 tarihinde “V. International Kaoru Ishikawa Business Administration and Economy Congress’te” sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.*

*¹Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisat Bölümü, msengur@ogu.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-2173-9977*

²muslimesozen@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1381-6052

1. GİRİŞ

Gelişmiş olan ülkeler için hükümet ve özel sektör tarafından yapılan Ar-Ge harcamaların amacı uzun vadede ekonomik büyümeye katkı sağlamaktır. Ar-Ge faaliyetlerinin aktif olduğu gelişmiş ülkelerde bu katkı firmaların rekabet gücü üstünlüğü, devletlerin enflasyon oranları ve yoksulluk oranları gibi önemli ekonomik belirleyicileri ile kanıtlanmıştır. Gelişmiş ülkelerin en büyük dezavantajı yoksulluk oranının düşük olmasına rağmen zengin ile yoksul kişi arasında gelir eşitsizliği uçurumunun diğer ülkeler göre daha fazla olmasıdır. Gelişmiş ülkelerde gelirden, zengin daha fazla pay alırken, yoksulun ise daha az pay aldığı görülmektedir. Bu etki Ar-Ge harcamaları-büyüme-yoksulluk üçgeni üzerinde önemli bir faktördür. Gelişmiş ülkeler için temel ekonomik göstergelerinden biri de yoksulluk oranlarıdır. Yoksulluk oranlarının hem artışı hem de azalışı ekonomide nasıl bir yol izlendiğini gösteren açıklayıcı bir faktördür. Önceki çalışmalarda gelişmiş ülkeler arasında yoksulluk güçlü bölgesel farklılıklarda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gelişmiş ülkelerin uyguladıkları politikalardan genel olarak beklenen ekonomik büyümenin uzun ve kısa dönemde yoksulluğu azaltacağı yönündedir. Ülkelerin yaptığı Ar-Ge harcamalarının ekonomik büyümeyi artırdığı gözlemlenmekte ve bu durumun yoksulluk oranlarını azalttığı oransal olarak ortaya konulmaktadır (Hernández-Laos 2010; Esquivel 2015; Campos ve Monroy, 2016; Abosedra, vd., 2016; Nyasha, vd., 2017).

Bu çalışma Ar-Ge'ye yapılan harcamaların büyüme ve yoksulluk üzerindeki etkilerini gelişmiş ülke örnekleri için incelemektedir. 2003-2018 dönemine ait verilerin kullanıldığı modellere panel eşbütünleşme ve nedensellik testleri uygulanmıştır. İki model üzerinden kurgulanan çalışma, model 1'de Ar-Ge'ye yapılan harcamalarının GSYİH ile ilişkisinin boyutunu, model 2'de ise GSYİH ile yoksulluk arasındaki ilişki boyutunu analiz etmektedir.

2. LİTERATÜR

Coe ve Helpman (1995), 1971-1990 dönemine ait veriler ile 22 ülke için Ar-Ge harcamaları ile büyüme arasında panel veri yöntemi kullanarak analiz yapılmıştır. Ar-Ge harcamaları yoluyla ithalat yapan ülkelerin büyüme oranlarında önemli ilerlemeler olduğu tespit etmişlerdir.

Freire-Serén (2001), 1965-1990 dönemi verileri ile OECD üyesi 21 ülke için büyüme ve Ar-Ge'ye yapılan harcamalar arasındaki ilişkisi için analiz yapılmıştır. Analiz sonucu, Ar-Ge'ye yapılan harcamalarda görülen %1'lik bir artış sonucu reel GSYİH'de %0,08 düzeyinde bir artış olduğuna ulaşılmıştır. Sylwester (2001), 20 OECD ülkesinin 1981-1996 yılları arasındaki verileri panel veri analiz yöntemi kullanılarak Ar-Ge'ye yapılan harcamalar ve büyüme ilişkisi analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, OECD ülkelerinin Ar-Ge'ye yaptığı

harcamaların sonucunda ekonomik büyümenin olumlu yönde etkilendiği görülmekte ve pozitif bir ilişkinin var olduğu saptanmıştır.

Bourguignon (2003), 1980-1990 yılları arasında yaptığı çalışmasında 26 gelişmekte olan ülke üzerinde yoksulluğun büyümesini Gini endeksini kullanarak incelemiştir. Yoksulluğun ülkeler çapında büyüme esnekliğinin 1,6'dan 2'ye yükseldiği tespit edilmiştir. Bunun sonucu olarak gelir dağılımı kötüleştikçe ve ekonomik büyüme geriledikçe yoksulluğun büyüme esnekliği azaldığı ve yoksulluğun arttığı sonucuna ulaşmıştır.

Falk (2007), 1970-2004 dönemi için seçilmiş OECD üyesi ülkelerin Ar-Ge harcamaları ve kişi başı GSYİH verilerini kullanarak dinamik panel veri analizi yöntemi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda ülkelerin yaptığı Ar-Ge yatırımlarının arttığında GSYİH oranında da önemli bir artışın olduğunu tespit etmiştir. Avcı (2007), Türkiye'de Ar-Ge'ye yapılan harcamalar ile büyüme ilişkisini 1992-2001 dönemine ait verilerle panel veri yöntemi ile incelemiştir. Bulgulara göre, Ar-Ge'ye yapılan harcamalar ile büyüme değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde ilişki tespit edilmiştir. Lonnie ve David (2008), ABD'de 1959-2004 dönemine ait hata düzeltme modeli ile büyüme ve yoksulluk ilişkisini araştırmışlar ve sonuçlarının ekonomik büyümenin yoksulluğun azaltılmasında etkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Özer ve Çiftçi (2009), 30 farklı OECD üyesi ülke verisi ile Ar-Ge'ye yapılan harcamalar, büyüme ve ileri teknoloji ihracatı ilişkisini 1990-2005 yılları dönemi için incelemiştir. Yapılan panel veri analizi, Ar-Ge'ye yapılan harcamalar ile ihracat arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki tespit edilirken, Ar-Ge'ye yapılan harcamalar ile GSYH için ise pozitif fakat yüksek düzeyli bir ilişki olduğu sonucunda ulaşmışlardır. Saraç (2009), 10 gelişmiş OECD ülkesinin 1983-2004 dönemi verileri panel analiz yöntemi kullanarak Ar-Ge'ye yapılan harcamaların büyüme üzerinde ne kadar etkili olduğunu incelenmiştir. Bulgularda, Ar-Ge'ye yapılan harcamaların büyüme üzerindeki etkisinin pozitif yönde ve anlamlı olduğu görülmüştür.

Genç ve Atasoy (2010), Ar-Ge'ye yapılan harcamalar ile büyüme arasındaki ilişki 1997-2008 dönemi verileri ile 34 ülke için incelenmiştir. Ar-Ge'ye yapılan harcamalardan büyüme değişkenine yönelik anlamlı ve tek taraflı bir nedenselliğin varlığı sonucuna ulaşılmıştır.

Wang vd. (2013), 23 OECD ülkesinin 1991-2006 dönemine ait yıllık veriler ile panel veri analizi yapılmıştır. Ar-Ge'ye yapılan harcamaların ekonomik büyümeye etkilerini incelemiştir. Ar-Ge'ye yapılan harcamaların bireysel reel geliri anlamlı ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Altıntaş ve Mercan (2015), 1996-2011 yılları arasında 21 OECD ülkesinin verilerini kullanarak; Ar-Ge'ye yapılan harcamalar, sabit sermaye birikimi,

işgücünde oluşan oransal artış ve büyüme arasındaki ilişki panel veri analizi ile incelenmiştir. Bulgulara göre Ar-Ge'ye yapılan harcamalar büyümeyi anlamlı ve pozitif etkilemekte bu etki sabit sermaye ve işgücü artışına göre daha fazladır.

Campos ve Monroy (2016), Meksika'daki ekonomik büyüme oranları ile ülke yoksulluk oranları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Uzun vadede 2000–2012 dönemini kapsayan sürede, ekonomik büyümenin yoksulluğu azalttığı ve kısa vadede 2005–2014 dönemi arasında, ekonomik büyümenin yoksulluğu artırdığını tespit etmiştir.

Soava vd., (2020), AB ülkelerinden 11 gelişmiş ülke ile 9 gelişmekte olan AB ülkesinin 2005-2016 yılları arasında ekonomik büyüme ve gelir eşitsizliği arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Ülkelerin ekonomik büyümelerinde yaşanan bir artış sonucu gelir eşitsizliğinin azalttığı görülmektedir. Bulgular Kuznets hipotezini doğrulayan yönde olup ekonomik büyüme gelir eşitsizliğini azaltmaktadır. Zaman vd., (2020) çalışmasında, 124 Ülkeyi kapsayan ekonomik büyüme verileri ve yoksulluk verileri arasında bir araştırma yapmıştır. 2010-2013 yılları arasındaki verileri kullanarak dengesiz panel uygulanmıştır Araştırma sonuçlarında eşit dağılım göstermeyen gelir ve yoksulluk arasında pozitif bir ilişkiye rastlanmıştır. Aynı zamanda ekonomik büyüme oranları azaldığında eşitsizliğin arttığı ve bunun da ülkelerde yoksulluk oranlarını yukarı yönde etkilediği görülmüştür.

Yukarıda belirtilen literatür bir bütün olarak incelendiğinde, deneysel çalışmalarda Ar-Ge'ye yapılan harcamalar ile büyüme ilişkisinin teorik olarak anlamlı tespit edildiği görülmektedir. Aynı doğrultuda ekonomik büyüme ve yoksullukla ilgili çalışmalarda da anlamlı bağıntılar söz konusudur. Seçilen ülkeler genelde gelişmekte olan ülkeler ya da belirli bir topluluğa mensup ülkelerdir. Çalışmalarda yapılan ekonometrik analiz yöntemi çoğunlukla panel veri analizinden oluşmaktadır. Ar-Ge harcamaları, ekonomik büyüme ve yoksulluk verileri kapsamında oluşturulan çalışmamız iki modelden oluşmaktadır.

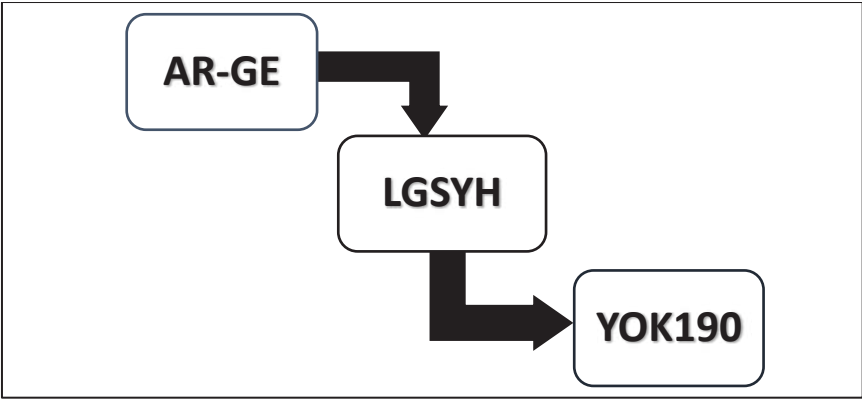
3. UYGULAMA

Dünya Bankası'ndan (DB) sağlanan 12 gelişmiş ülkeye ait 2003-2018 arasındaki verilerle, Ar-Ge, GSYİH ve Yoksul Kişi Sayısı Oranı değişkenleri için model oluşturulmuştur.

Tablo 1. Çalışmada Yeralan Gelişmiş Ülkeler

Ülkeler	
1	Avusturya (Austria)
2	Belçika (Belgium)
3	Danimarka (Denmark)
4	Fransa (France)
5	İngiltere (United Kingdom)
6	Yunanistan (Greece)
7	Portekiz (Portugal)
8	İrlanda (Ireland)
9	İtalya (Italy)
10	İspanya (Spain)
11	Hollanda (Netherlands)
12	İsveç (Sweden)

Şekil 1. Çalışmanın Kurgusu



Modeller incelenen literatürden yolar çıkılarak kurgulanmıştır (Aghion ve Howitt (1992); Özer ve Çiftçi (2009); Amar ve Zghıdı (2016) ve Oyebamiji (2020)).

Model 1: $arge_{it} = a + \beta_{it} lgsyh_{it} + e_{it}$

Model 2: $lgsyh_{it} = a + \beta_{it} yok190_{it} + e_{it}$

$i, i=1, \dots, 12$

$t=2003, \dots, 2018$

3.1. Yöntem ve Analiz

Homojenlik testi (Swamy S Testi-1) uygulanmıştır. Eşbütünleşme testi olarak, Gengenbach, Urbain ve Westerlund Panel Eşbütünleşme Testi kullanılmıştır (Westerlund, Urbain ve Edgortan, 2016). Daha sonra verilerin heterojenliğini de

dikkate alan, Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi kullanılmıştır (Tatoğlu, 2020).

Panel kök istatistiklerinde ilk etapta homojenlik testi uygulamak diğer testlerin güvenilirliği açısından çok önemlidir. Verilerin homojen ve heterojen dağılım gösterip göstermediği Homojenlik Testi Swamy S Testi-1 ile incelenmiştir. Swamy 1970’li yıllarda başlamıştır. Bu test devamında Pesaran ve Yamagata (2008) delta testi ile geliştirilmiştir. Zaman boyutu T’nin gözlem sayısı N’den daha büyük olduğu veri setlerinde uygulanması önerilmektedir. Bu doğrultuda hipotezler aşağıdaki gibi oluşmaktadır (Göçer, 2013:229):

$H_0: \beta_i = \beta$ Verilerin eğim katsayı tahmini homojendir.

$H_1: \beta_i = \beta$ Verilerin eğim katsayı tahmini heterojendir.

Swamy S Testi-1’in formülü büyük ve küçük olarak iki şekilde ifade etmiştir.

$$\text{Büyük örneklem formülü: } \Delta = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} S-k}{2k} \right) \sim X_k^2$$

$$\text{Küçük örneklem formülü: } \Delta_{adj} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} S-k}{v(T,k)} \right) \sim N(0,1)$$

Bu çalışmada değişken verileri yıl boyutunda T = 16 ve gözlem sayısı olarak N = 12 ülkeden oluşmaktadır. Swamy S Testi-1 uygulanması çalışmanın güvenilirliği açısından uygun bir homojenlik testidir.

Tablo 2. Swamy S Testi-1 Homojenlik Test Sonuçları

	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
$\hat{\Delta}$	Chi2 (33)	prob > chi2
$\hat{\Delta}_{adj}$	85.3690	0.0000

Tahminin önem düzeyleri sırası ile (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 ifade edilmiştir.

Tablo 2’ye göre H0 hipotezi reddedilmiş ve H1 hipotezi kabul edilmiştir. Verilerin eğim katsayı tahminleri heterojen dağılım göstermektedir. Uygulanacak diğer panel test seçimleri bu sonuçlara göre uygulanacaktır.

Panel yatay kesit bağımlılık testleri eşbütünleşme ve nedensellik testleri uygulanmadan önce yapılması gereken temel testlerden biridir (Muye ve Muye, 2016). Çalışmanın örneklemindeki gelişmiş ülkelerin birbirine bağılılığı nedeniyle, bir ülkede yapısal bir karışıklığın veya şokun meydana gelmesi sonucu diğer ülkeleri etkileme olasılığını ortaya koyarak (boş hipotezi, veriler arasında korelasyon olmadığı) test istatistiğinin normal dağılım gösterdiği savunmaktadır. Yatay kesit bağımlılığı belirlenmesinde kullanılan; Breusch ve Pagan (1980) LM, Pesaran (2004) CDLM, Pesaran (2004) CD ve Pesaran vd. (2008) tarafından sapması düzeltilmiş L_{Madj} testleridir.

Breusch-Pagan (1980), yatay kesit bağımlılığı testi ($T > N$) durumunda kullanılmaktadır (Pesaran, 2004:4). Aşağıda yer alan formül ile hesaplanmaktadır:

$$LM = T \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{P}i^2j$$

Pesaran (2004) CD_{LM} testi $N=T$, $N>T$ veya $T>N$ durumunda kullanılmaktadır. Pesaran tarafından geliştirilen aşağıdaki formül ile hesaplanmaktadır.

$$CD_{LM} = \sqrt{\frac{1}{N(N-1)} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N (T \widetilde{P}i^2j1)}$$

Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD test $N>T$ durumunda kullanılmakta ve daha güvenilir sonuçlar sunmaktadır. Aşağıda gösterilen formül ile hesaplanmaktadır.

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N (\widehat{P}_{ij})}$$

Bu formülden yola çıkarak yine Pesaran (2008) yılında LM_{adj} testini geliştirmiştir. Veriler $N>T$ şeklinde olduğu durumlarda daha güvenilir sonuçlar sunmaktadır. (Pesaran, vd., 2008).

$$LM_{adj} = \sqrt{\frac{2}{N(N-1)} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N T \widehat{P}_{ij} \frac{(T-k) \widetilde{P}i^2j - u_{Tij}}{\sqrt{u_{Tij}^2}}}$$

Formüller doğrultusunda kurulan yatay kesit bağımlılığı hipotezleri:

H_0 = Değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığı yoktur.

H_1 = Değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığı vardır.

Şeklinde oluşturmuştur. Tablo 3'te üç aşamada yapılan yatay kesit bağımlılığı test sonuçları yer almaktadır. Bu test sonuçlarına göre, LM ve LM_{adj} testi verileri %1 önem düzeyinde kabul edilmektedir. $LMCD$ test sonuçlarına göre YOK190 değişkeni %5 önem düzeyinde diğer değişkenler ise %1 önem düzeyinde kabul edilmiştir.

Tablo 3. Yatay Kesit Bağımlılığı Testi

	LM		LMadj Test		LMCD Test	
	İstatistik Verisi	Olasılık Verisi	İstatistik Verisi	Olasılık Verisi	İstatistik Verisi	Olasılık Verisi
Ar-Ge		0.0000*		0.0000*	14.53	0.0000*
LGSYH	147.40	0.0000*	12.71	0.0000*	22.80	0.0000*
YOK190		0.0000*		0.0000*	2.26	0.0240**
Model 1.	259.5	0.0000*	34.74	0.0000*	11.94	0.0000*
Model 2.	506.0	0.0000*	83.14	0.0000*	20.98	0.0000*

Değişkenlerin ve Modellerin önem düzeyleri sırası ile (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 ifade edilmiştir.

Tablo 3'e göre H_0 hipotezi reddedilmiş ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Sonuç olarak çalışmada kullanılan değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığı olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlar göz önünde bulundurularak diğer testler uygulanacaktır.

Birincisi için oluşturulan formül:

$$ST_i^{LA} = 1/\tilde{\sigma}_{iLA}^2 \sum_{t=1}^T (S_{it}^W)^2$$

$$\tilde{\sigma}_{iLA}^2 = \tilde{\sigma}_{vi}^2 / (1 - \theta_{i1} - \dots - \theta_{ip})^2$$

Hadri birim kök testi bu istatistiğin Z_A^{LA} olduğunu ifade ederken, Z_A^{SPC} adlı başka bir istatistik de oluşturmuştur.

İkincisi için oluşturulan formül:

$$ST_i^{SPC} = 1/\tilde{\sigma}_{iSPC}^2 \sum_{t=1}^T (S_{it}^W)^2$$

H_0 : Panel Birim Kök Bulunmamaktadır. (Seriler Durağandır)

H_1 : Panel birim Kök Bulunmaktadır. (Seriler Durağan Değildir)

Tablo 4. Panel Birim Kök Testi

Hadri Panel Birim Kök Testi			
Değişken	Ar-ge		
	İstatistik	P-değeri	
Z	18.8543	0.0000*	
Değişken	LGSYH		
	İstatistik	P-değeri	
Z	20.6526	0.0000*	
Değişken	YOK190		
	İstatistik	P-değeri	
Z	12.0588	0.0000*	

Tahminin önem düzeyleri sırası ile (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 ifade edilmiştir.

Tablodaki Hadri birim kök testi sonuçlarına göre %1 düzeyinde serilerin durağan olduğu tespit edilmiştir.

3.2. Panel Eş-Bütünleşme Testi

$$\Delta y_i = d\delta_{y.x_i} + \alpha_{y_i}y_{i,-1} + \omega_{i,-1}\gamma_i + \mu_i\pi_i + \varepsilon_{y.x_i} = \alpha_{y_i}y_{i,-1} + \varphi_i^d\lambda_i + \varepsilon_{y.x_i}$$

Formülün devamında, A vektörü d ile genişletilmiştir.

$$A_d = (d, A)$$

OLS tahmincisi ile H_0 hipotezi için t testi sonucu sınanmaktadır.

(T-1-p) * (T-1-p) boyutlu matris:

$$M_A = I_{T-1-p} - A(A'A)^{-1}A'$$

OLS tahmincisi:

$$\widehat{\alpha}_{y_i} = \frac{y_i' M_{g_i^d} \Delta y_i}{y_{i,-1}' M_{g_i^d} y_{i,-1}}$$

Varyansı,

$$\widehat{\delta}_{y_i}^2 = \frac{\delta_{\widehat{\alpha}_{y_i}}^2}{y_{i,-1}' M_{g_i^d} y_{i,-1}}$$

Şeklinde formül edilmektedir. Burada,

$$\delta_{\widehat{\alpha}_{y_i}}^2 = T^{-1}(\Delta y_i - \widehat{\alpha}_{y_i} y_{i,-1})' M_{g_i^d} (\Delta y_i - \widehat{\alpha}_{y_i} y_{i,-1})$$

t istatistiği, $t_{c_i} = t_{\alpha_{y_i}} = \frac{\widehat{\alpha}_{y_i}}{\widehat{\delta}_{y_i}}$ olarak tanımlanır.

Panel test istatistiği, birimlere göre test istatistiğinin ortalamasıdır.

$$\widehat{t}_c = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N t_{c_i} \text{ dir.}$$

Eşbütünleşme formülü sonucu oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H_0 = Seriler arasında eşbütünleşme bulunmaktadır.

H_1 =Seriler arasında eşbütünleşme bulunmamaktadır.

Tablo 5. Gengenbach, Urbain ve Westerlund Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları (Model-1)

Panel EC-Test:			
d.y	Coef	T-bar	Olasılık
y(t-1)	-0.612	-2.544	<=0.01
Pesaran (2015) CD-test:			
Değişkenler	CD		Olasılık
ARGE	0.995		0.045
LGSYH	1.047		0.025
e	-0.914		0.031

Model 1 için Gengenbach, Urbain ve Westerlund Panel Eşbütünleşme Testi sonuçları Tablo 5'te görülmektedir. Olasılık değeri: <=0.01 olduğu için H_0 reddedilmiş ve H_1 kabul edilmiştir. Modele göre ARGE ve LGSYH serileri arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir.

Tablo 6. Model 2. Gengenbach, Urbain ve Westerlund Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları (Model-2)

Panel EC-Test:			
d.y	Coef	T-bar	Olasılık
y(t-1)	-1.005	-3.004	<=0.01
Pesaran (2015) CD-test:			
Değişkenler	CD		Olasılık
LGSYH	1.769		0.042
YOK190	1.042		0.037
e	-2.395		0.018

Model 2 için Gengenbach, Urbain ve Westerlund Panel Eşbütünleşme Testi sonuçları Tablo 6'da görülmektedir. Olasılık değeri: <=0.01 olduğu için H_0 reddedilmiş ve H_1 kabul edilmiştir. Model 2'ye göre LGSYH ve YOK190 serileri arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir.

3.3. Panel Nedensellik Testi

Verilerde heterojen dağılım gözlemlendiği için Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testi kullanılmasına karar verilmiştir. Dumitrescu ve Hurlin (2012) testi, Granger nedensellik testi temelinden heterojen panel verileri için uyarlanmıştır. X ve Y arasındaki nedensellik ilişkisi VAR modeli kapsamında hesaplanmaktadır (Tatoğlu, 2020b:154-157):

$$Y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_i Y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_i X_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t}$$

Hesaplamaya göre, seriler durağan olmalıdır. Aynı zamanda testin hipotezleri şu şekildi düzeltilir:

H_0 : X'ten Y'ye nedensellik ilişkisi yoktur.

H_1 : X'ten Y'ye nedensellik ilişkisi vardır.

Hipotezler doğrultusunda sonuçlara göre, Dumitrescu ve Hurlin (2012) test istatistiği formülü:

$$Z_{N,T}^{HNC} = \sqrt{\frac{N}{2K}} (W_{N,T}^{HNC} - K)$$

$$Z_{N,T}^{HNC} = \frac{\sqrt{N}[(W_{N,T}^{HNC} - N^{-1} \sum_{i=1}^N E(W_{i,T}))]}{\sqrt{N^{-1} \sum_{i=1}^N Var(W_{i,T})}}$$

şeklinde hesaplanmıştır.

Birinci model için iki seri arasında da %5 düzeyinde çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir (Tablo 7).

Tablo 7. Model 1 Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi Sonuçları

1. odel	ARGE, LGSYH'nin Nedenseli Değildir		LGSYH, ARGE'in Nedenseli Değildir		ARGE harcamalarından LGSYH'ye doğru %5 düzeyinde bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. LGSYH'den ARGE harcamalarına doğru %5 düzeyinde bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.
	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}	
	4.920	2.278	4.92	2.278	
	8	9	08	9	
	(0.0400)	(0.0498)	(0.0000)	(0.0227)*	
	**	**	*	*	

Tahminin önem düzeyleri sırası ile (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 ifade edilmiştir.

İkinci model için de birinci modele benzer şekilde iki seri arasında da %5 düzeyinde çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir (Tablo 8).

Tablo 8. Model 2 Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi Sonuçları

2. odel	LGSYH, YOK190'nın Nedenseli		YOK190, LGSYH'nin Nedenseli		LGSYH değişkeninden YOK190'a doğru %5 düzeyinde bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. YOK190 değişkeninden LGSYH'ye doğru %5 düzeyinde bir nedensellik ilişki bulunmaktadır.	
	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}		
	6.245	1.469	3.577			
	4	6	8	2.1945		
	(0.000	(0.041	(0.0003)	(0.0282)**		
	0)*	7)**	*			

Tahminin önem düzeyleri sırası ile (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 ifade edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ülkeler küreselleşmenin verdiği yeni düzen sonucu bireysel düşünememekte, karşılıklı ilişkileri ve çıkarları mevcut olmaktadır. Ar-Ge ile GSYİH arttırmakta ve artan GSYİH oranları ile ülkeler refahını üst düzeyde tutmayı amaçlamaktadır. İnsanların ülke içinde refahı arttıkça yoksulluk oranları azalmakta ve ülke gelişmiş ülkeler içinde kalmaya devam etmektedir.

Yapılan çalışmalar genellikle Ar-Ge harcamaları ve GSYİH ilişkisi, GSYİH ve Yoksulluk ilişkisi gibi çalışmalardır. Bu konular belirli ülke gurupları, ülke karşılaştırmaları, tek ülke analizi veya bir ayırım yapılmadan birçok ülkeyi birlikte ele alınmıştır. Literatür araştırmalarında yer aldığı gibi bu değişkenlerin birbirleriyle ilişkisi genelde anlamlı ve pozitif yöndedir. Çalışmamızdan elde edilen sonuçlar bu tezi doğrulamaktadır.

Gelişmiş 12 ülke verisi üzerinden uygulanan panel veri analizi sonuçlarına göre, ilk homojenlik testi yapılmıştır. Serilere uygulanan homojenlik testi sonucu serilerin heterojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Heterojen dağılım gösteren değişkenlere yatay kesit bağımlılığı testleri uygulanmış seriler arasında yatay kesit bağımlılığı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hem heterojen dağılım gösteren hem de yatay kesit bağımlılığı olan serilerde kullanılan panel birim kök testlerinden ikinci kuşak birinci grup Hadri panel birim kök testi uygulanmış ve serilerin %1 düzeyinde durağan olduğu görülmüştür. Devamında çalışmanın asıl amacını ortaya koyan panel eşbütünleşme ve nedensellik testlerine geçilmiştir. İki analiz sonucunun da %5 düzeyinde anlamlı çıkması kuvvetli bir ilişki olmasa da yapılan çalışmanın kurgunun desteklemektedir. Yapılan panel veri analizleri toplu olarak değerlendirildiğinde 12 gelişmiş ülkenin yaptığı Ar-Ge harcamaları sonucu ekonomik büyümede artış sağlandığı, ekonomik büyüme sonucu yoksulluk oranlarının azaldığı yönündedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda seriler farklılaştırılabilir, ülkeler arttırılabilir veya ülkeler tek tek incelenerek karşılaştırılabilir ve daha spesifik sonuçlara ulaşılabilir.

KAYNAKLAR

1. Abosedra, S., Muhammad, S. ve Kishwar, N. (2016). “Modeling Causality Between Financial Deepening and Poverty Reduction in Egypt”. *Social Indicators Research* 126, ss. 955–69.
2. Aghion, P. ve Howitt, P. (1992), “A Model of Growth Through Creative Destruction”, *Econometrica*, C:60, S:2, ss. 323-351.
3. Altıntaş, H. ve Mercan, M. (2015), “Ar-Ge Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: OECD Ülkeleri Üzerine Yatay Kesit Bağımlılığı Altında Panel Eşbütünleşme Analizi” Ankara Üniversitesi, SBF Dergisi, C:70, S:2, ss.345-376.
4. Amar, M. B. ve Zghidi, N. (2016), “The relationship between inclusive growth, in-equality and poverty in Africa”. *Theoretical and Applied Economics* C:33, S:606, ss. 117-126.
5. Avcı, M., (2007). “Yenilikçi Teknolojik Gelişme Göstergesi Olarak AR-GE Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye İmalat Sanayi Üzerine Bir İnceleme”, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.
6. Breusch, T. S., ve Pagan, A. R. (1980), “The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification in Econometrics”, *The Review of Economic Studies*, C:47, S:1, ss. 239-253.
7. Coe, D.T. ve Helpman, E. (1995), “International R-D Spillovers”, *European Economic Review*, C:39, S:5, ss. 859-887.
8. Dumitrescu, E.-I., ve Hurlin, C. (2012), “Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels”, *Economic Modelling*, C:29, S:4, ss. 1450–1460.
9. Esquivel, G. (2015). “Desigualdad Extrema en México: Concentración del Poder Económico y Político”. Ciudad de México: Oxfam México.
10. Falk, M. (2007), “R&D Spending in The High-Tech Sector and Economic Growth” *Research in Economics*, C:61,S:3, ss.140-147.
11. Freire-Serén, M. (2001), “R&D-Expenditure in an Endogenous Growth Model” *Journal of Economics*, C:74, S:1, ss.39-62.
12. Genç, M.C. ve Atasoy, Y. (2010), “Ar-Ge Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi”, *The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management*, C:5, S:2, ss. 27-34.
13. Hernández, L. E. (2010). “Crecimiento, Distribución y Pobreza (1992–2006)”. Edited by C. M. Aparicio, Ricardo Villarespe and Verónica Urzúa. *Pobreza en México: Magnitud y Perfiles*, ss. 43–97.
14. Lonnie K. Stevens ve David N. Sessions. (2008), *The Relationship between Poverty and Economic Growth Revisited*. Hofstra University.

- 15.Nyasha, S. Y. G. Ve Nicholas M. O. (2017). “Poverty and Economic Growth in Ethiopia:
- 16.A Multivariate Causal Linkage”. The Journal of Developing Areas, S:51: ss. 343–59.
- 17.Oyebamiji, O. A. (2020) “Batı Afrika Ülkelerinde Ekonomik Büyüme, Yoksulluk Ve Gelir Eşitsizliği Arasındaki İlişkilerin Dinamik Analizi”, Ege Üniversitesi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- 18.Özer, M. ve Çiftçi, N. (2009), “Ar-Ge Tabanlı İçsel Büyüme Modelleri ve Ar-Ge Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi” Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, S:16, ss. 219-240.
- 19.Saraç, T.B. (2009), “Araştırma-Geliştirme Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Panel Veri Analizi”, Paper Presented at Econ Anadolu 2009: Anadolu International Conference in Economics, Eskişehir.
- 20.Sylwester, K. (2001), “R&D and Economic Growth” Knowledge, Technology & Policy, C:13, S:4, ss.71-84.
- 21.Soava, G., Mehedintu, A., ve Sterpu, M. (2020). “Relations between income inequality, economic growth and poverty threshold: new evidences from EU countries panels”. Technological and Economic Development of Economy, C:26, S:2, ss. 290-310.
- 22.Pesaran, M. H. (2004), “General diagnostic tests for cross section dependence in panels”, IZA Discussion Paper, S:1240.
- 23.Pesaran, M.H. ve Yamagata, T. (2008), “Testing Slope Homogeneity in Large Panels”, Journal of Econometrics, C:142, S:1, ss. 50-93.
- 24.Tatoğlu, F. Y. (2020a). İleri Panel Veri Ekonometrisi: Stata Uygulamalı, Beta Yayıncılık, İstanbul, Türkiye.
- 25.Tatoğlu, F. Y. (2020b). Panel Zaman Seri Analizi: Stata Uygulamalı, Beta Yayıncılık, İstanbul, Türkiye.
- 26.Zaman, K., Ahmad Khiji, B., Awan, U., Ali, G. and Naseem, I., 2014, Measuring pro-poor sectoral analysis for Pakistan: trickle-down?, Economic Research–Ekonomiska İstraživanja, C:27, S:1, ss. 713–728.
- 27.Wang, D. Han-Min, Tiffany, H. K. Yu ve Hong-Quan, L. (2013), “Heterogeneous Effect of High-Tech Industrial R&D Spending on Economic Growth” Journal of Business Research, C:66, S:10, ss.1990-1993.

ÇAY SEKTÖRÜNDE MARKALARIN INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ

Dr.Öğr.Üyesi Mehmet TATOĞLU

*Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Pazar Meslek Yüksekokulu
mehmet.tatoglu@erdogan.edu.tr;Orcid:0000-0001-5789-2263*

GİRİŞ

Dünya çay piyasasında yılda yaklaşık 6,5 milyon (2020) ton kuru çay üretimi yapılmaktadır. Üretici ülkeler arasında Çin, Hindistan, Kenya, Sri Lanka, Türkiye, Vietnam, Endonezya, Myanmar, Japonya ve diğer bazı ülkeler bulunmaktadır. Küresel pazarın ihtiyacı olan kuru çayın yaklaşık %75' lik kısmı ise Çin, Hindistan, Kenya, Sri Lanka tarafından karşılanmaktadır. Dünya çay piyasasında bu dört ülke pazar lideri konumundadır.

Pazarlama faaliyeti satış, ar-ge, dağıtım, pazar araştırması, reklam, tanıtım, promosyon gibi bir takım çalışmasını gerektirir. Günümüz pazarlama anlayışında markaların hedef kitleyle kuracakları iletişimin en önemli ögesi reklam faaliyetleridir. Reklam satışa direk etki eden faktörler arasındadır. Reklamların bütün amacı satış artırımıdır. Yapılan reklam ile pazara sunulan ürünün rakiplerinden farklı olduğunu ortaya çıkararak müşteride satın alma ilgisi oluşturmak amaçlanmaktadır.

İnternetin tüm dünyada günlük hayatın bir parçası olmasıyla sosyal medya uygulamaları daha önemli hale gelmiştir. Teknolojik yeniliklerle ortaya çıkan sosyal medya uygulamaları üretici ve tüketici arasında iletişimi sağlamaktadır. Sosyal medya kullanıcıları Instagram, Facebook ve Twitter gibi uygulamalarda görüşlerini ifade etmektedir. Pazarlamada radyo, tv, dergi, gazete reklamlarının geçmiş yıllardaki etkisi azalmıştır. Hedef kitleniz nerede vakit geçiriyorsa sizde orada olmak zorundasınız bu nedenle sosyal medya uygulamaları markaların önemli bir reklam aracı haline gelmiştir. Dünyada birçok marka, sosyal medya platformu olan Instagram'ı bir pazarlama aracı olarak kullanmaktadır.

Dünya piyasalarında rekabetin arttığı ve karların azaldığı bir ortamda markalar satışlarını artırmak istemektedir. Bunun içinde her yeni günde farklı müşterilere ulaşma isteği oluşmaktadır. Kurumsal yapılar bu doğrultuda çalışmakta hemen her sektörde yeni müşteri ve satış, yöneticiler tarafından ödüllendirilmektedir. Günümüzde bu uygulamalar şirketlerin temel stratejilerinden bir halini almıştır. Daha fazla müşteri ve satış için kitlelere ulaşmada en kolay yollardan birisi sosyal medya uygulamalarıdır. Yapılan paylaşımlar markaya artı değer katabileceği gibi eksi puanda getirebilmektedir. Genelde fotoğraf ve video paylaşım uygulaması olan Instagram, görsel iletişim ve açıklama ile markaların ürünlerini pazarlamasında yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Markalar küresel pazarda başarılı olmak için ülke sınırlarını aşarak yeni müşteriler ile buluşmak istemektedir. Sosyal medya uygulamaları bunu başarmanın en etkin yollarından biridir. Dünyada ve ülkemizde internetin kolay ulaşılabilir hale gelmesinin yanında teknolojideki hızlı diğer gelişmelerle birlikte sosyal medya uygulamaları önemli bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmıştır.

Toplumda yaşayan insanların özellikle gençlerin zamanlarının bir kısmını sosyal medyada geçirdikleri bilinmektedir. Bu manada markalar müşterileri neredeyse orada olmak istemektedir. Markaların büyük bir kısmı Facebook, Instagram, Twitter ve diğer uygulamalarda aktif olarak faaliyette bulunarak müşterileri ile iletişimi açık tutmakta yaptıkları paylaşımlar ile bu diyalogu sürekli takip etmektedir. Müşteriler devamlı bir markayı satın almak zorunda değildir zamanla farklı alternatifleri denemek isteyebilir, markalar ise müşteri istek ve önerilerini karşılayarak müşteri sadakati oluşturmak istemektedir. Küresel markaların bu konuda başarılı çalışmaları bulunmaktadır.

Literatürde konu ile ilgili, Yeniçiftçi (2016) Halkla ilişkiler aracı olarak Instagram: Sosyal medya kullanan 50 şirket üzerine bir araştırma, Kale (2016) Marka iletişimde Instagram kullanımı, Bayraktar (2017) Yargıcı ve Mudo City markalarının sanal ortam temsilleri ve Instagram örneği, Çat ve Yücedağ, (2022) Markaların Instagram içeriklerinin incelenmesi: Türkiye’de Online Yemek Hizmeti Sunan 5 Marka Örneği, Koz ve Can (2018) Sosyal medyada tüketici onaylı Pazarlama: Instagram örneği adlı çalışmalar bulunmakla birlikte konu ile ilgili çeşitli çalışmalarda mevcuttur.

Bu çalışmanın amacı internetin tüm dünyada hayatın bir parçası olmasıyla sosyal medya uygulamaları reklam ve tanıtım açısından daha önemli hale gelmiştir, markaların bu manada yaptığı Instagram paylaşımları içerik yönünden incelemek, sonuçlarını paylaşmak ve literatüre katkı sunmaktır.

Bu çalışmada çay sektöründe faaliyette bulunan markaların sosyal medya uygulamalarından olan Instagram’ da yürüttükleri çalışmaların kamu, özel sektör ve küresel ölçekte incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada Çaykur, Lipton, Doğuşt çay örneklem olarak alınan markalardır. Örneklem olarak alınan markaların kurumsal Instagram hesaplarının bulunup bulunmadığına bakılmış ve 20.05.2021-20.06.2021 tarihleri arasındaki paylaşımları incelenmiştir. Bu çalışma Giriş, Dünyada ve Türkiye’de çay, Marka, Sosyal medya, Bulgular ve Sonuç bölümünden oluşmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmada içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi birbiriyle ilişkili verileri belirli kavramlar çerçevesinde bir araya getirerek sonuçları dinleyicinin, okuyucunun anlayabileceği düzeyde yorumlayarak ifade etmektir (Yıldırım, Şimşek,1999, s,259).

1.DÜNYADA VE TÜRKİYE’ DE ÇAY

Eldeki bilgilerde çay kültürünün Çin imparatorluğundan başladığı yazılmaktadır. Çin mitolojisine göre ise çay bitkisi San Huang döneminde Shen

Nong tarafından MÖ 2737 yılında keşfedilmiştir. Dünyada çeşitli ülkelerde çay tarımı yapılmaktadır. Çayın çok eski ve yaygın bir kültür olduğu birçok medeniyet tarafından içildiği bilinmektedir (Kacar, 2010, s.1-2).

Dünyada çay tarımı başta Hindistan, Çin, Sri Lanka, Kenya olmak üzere Vietnam, Türkiye, Arjantin, İran ve diğer bazı ülkelerde yapılmaktadır. Çin geleneksel çay üreten ve dünyada en büyük çay ekimi alanına sahip ülkedir. Çinde çay endüstrisi ekonomik hayatta büyük önem taşımaktadır (Cheng, Luo, Xiang, 2021, s.1-9).

Kaynaklarda XVIII. yüzyılın ortasında Hokand' a gelen Çin elçisinin Han' a kumaş ve çay hediye ettiğini yazılmaktadır. Çin çay kültürü Orta Asya'da her zaman etkili olmuştur, çayın Orta Asya' da yayılmasında Çin' lilerin rolü büyüktür (Duran, 2020, s.173). Hindistan' da yaklaşık 180 yıldır çay tarımı yapılmaktadır. Hindistan dünyanın en büyük çay tüketicisidir, ayrıca çay Hindistan ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır (Arya, 2013, s.2-4).

Dünya çay tarımında ön sıralarda yer alan Sri Lanka' da çay ekonomide hayati bir rol oynamaktadır ve önemli bir döviz kaynağıdır. Sri Lanka, ihracat geliri açısından bir numaralı çay ihracatçısıdır. Sri Lanka' da çay alanı Ekim 1976' dan 2013' e önemli ölçüde düşüş göstermiş, buna karşılık Kenya' da aynı dönemde çay ekimi yapılan alanda %126,2 artış görülmüştür (Thushara, 2015, s.1-5).

Ülkemizde çay tarımının başlangıcında halkın alım gücü düşüktü, ekmek karne ile dağıtılmaktaydı. İnsanlar karnını doyurmak için mısır, lahana ve diğer yiyeceği ekini ekmek, katık için hayvan beslemekteydi. Bölge halkı çalışmak için gurbete gitmiş, İstanbul' da inşaat ve balıkçılık, Zonguldak' ta ise kömür madenlerinde çalışmıştır. Bölgede yaşlılar, çocuklar ve kadınlar kalmış nerdeyse çalışacak işgücü kalmamıştır. Bu şartlarda bölgede yetiştirilmeye çalışılan çay halk tarafından pek kabul görmemiştir. Devletin teşvik olarak verdiği mısır ve bakım avansı desteği çayın halk tarafından ekilmesine ve tarımın yaygınlaşmasına neden olmuştur. Zihni Derin ve arkadaşları çay tarımının yaygınlaşmasında önemli katkılar sunmuştur (Zihnioğlu, 1998, s.5-8).

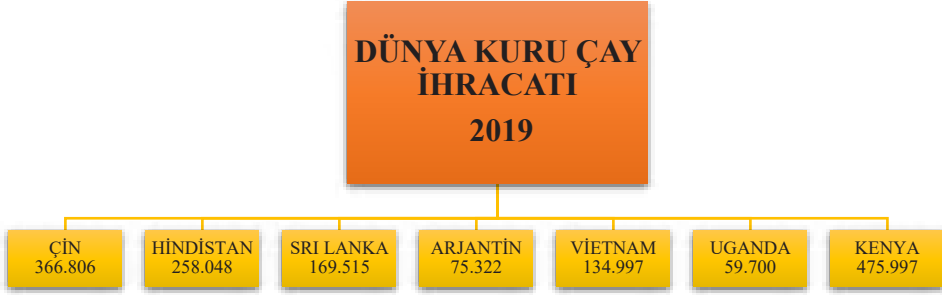
Çay bitkisi yıllık sıcaklık ortalamasının 14 santigrat derecenin altına düşmemesi, toplam yıllık yağışın en az 2000 mm, bağıl nem oranının ise en az %70 olması gerekmektedir. Çay bitkisi kumdan kile değin farklı yapıdaki asit tepkimeli topraklarda yetişmektedir (caykur.gov.tr/ istatistik bülten, 2018, s.4).

Ülkemizde çay tarımında işleme ve pazarlama 1984 yılına kadar Çaykur tarafından yapılmaktaydı. 1984 yılında çayda tekel kaldırılınca özel sektörde faaliyetlerine başlamıştır. Birçok özel sektör firması çay işleme ve pazarlaması yapmaktadır Lipton ve Doğuş markaları çay sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdir.

DÜNYA KURU ÇAY ÜRETİMİ 2019

Ülkeler	Üretim
ÇİN	2.777.200
HİNDİSTAN	1.390.080
KENYA	458.850
SRI LANKA	300.120
TÜRKİYE	261.000
VIETNAM	269.281
ARJANTİN	85.870
DİĞER ÜLKELER	
TOPLAM	6.497.000

<http://biriz.biz/cay/dunyacayuretimi.htm>



TÜRKİYE KURU ÇAY İHRACATI 2015-2019

<u>YILLAR</u>	<u>BİN TON</u>
2015	5.040
2016	5.325
2017	5.177
2018	3.556

<http://biriz.biz/cay/dunyacayihracati.html>

2. MARKA

Marka sözcüğü eski Norveç dilinde ateşle yakmak anlamına gelen brandr sözcüğünden kökünden gelmektedir. Antik Mısırlılar hayvanlarını sıcak demirle dağlardı bu işlem orta çağ boyunca Avrupa’ da ve Batı Amerika’ da kullanılırdı bu işlem ile hayvanların ayırt edilmelerini kolaylaştırmıştır (Millman, 2012, s,15). Marka ürünü tanımlayan isim, logo, tasarım yada tüm bunların toplamı olarak ürünü rakiplerinden ayıran farklar olarak ifade edilmektedir (Uztuğ, 2002, s,15).

Marka ad ve logo olmanın ötesinde şirketin müşterisine duygusal ve toplumsal anlamda istediğini vermesi olarak tarif edilebilir. Müşterinin markayla her bağlantı kurduğunda edindiği tecrübe ve algılara dayalı olarak sürekli gelişen bir iletişim süreci marka kişiliğinin oluşmasına katkı sunmaktadır (Aaker, 2015, s,9).

Bir marka ismi her ne kadar özel bir kelime olsa’ da hafızadaki herhangi bir kelimeden başka bir şey değildir. Bir markanın gücü satın alma davranışını etkileme yeteneğinde gizlidir (Ries, 2014, s.12-14). Marka ile ürün kavramı zaman zaman karıştırılsa’ da her ürün bir marka değildir. Ürün fabrikalarda üretilen bir mal, marka ise müşteriler tarafından satın alınan değerdir. Burada marka ürünün tüm özelliklerini kapsayan en önemli unsurdur (Aktuğlu, 2004, s.15).

Marka müşteriye vaat etmektir, David Ogly, marka tüketicinin ürüne ilişkin düşüncesidir, David A. Aaker ise markayı ürünleri, hizmetleri tanımlayan rakiplerinden farklılaştıran isim veya semboller olarak ifade etmiştir (Pira, Kocabaş, Yeniçeri, 2005, s,63). Marka müşterinin ürün veya hizmeti kullanarak edindiği tecrübe sonucunda insan zihninde çöreklenen bilgidir. Bu bilgini kaynağı olumlu veya olumsuz deneyimlerdir. İnsanların fikirleri ve pazarlama çabaları müşterinin fikirlerini değiştirebilir fakat bu etkilenme pozitif veya negatif yönde olabilir (Erdil, Uzun, 2010, s,6).

Marka tüketiciler için bir garanti unsurudur ve ürünün kalite garantisidir. Günümüz rekabet koşullarında marka ürüne kimlik ve kişilik değeri katan bir olgudur. Marka bir isim ve logo olmanın çok ötesinde kuruluşun müşterileriyle duygusal ve toplumsal anlamda iletişim kurmasıdır. Marka müşterinin ürünle kazandığı deneyim ve tecrübelerle dayalı olarak sürekli gelişen bir modeldir. Marka tüketicie ürünün özelliklerini tanıtmakla mükelleftir ve bu konuda garanti sağlamalıdır. Müşteri satın aldığı ürünün satışından sonra garantiye sahip olduğunu bilmektedir. Markanın ismi, logosu, yazı karakteri, ambalajı, varsa reklamda ünlü kullanımı ve sloganı müşterilere markanın kendisi ile ilgili bir şeyler anlatmalıdır. Marka iletişimde kullanılan kanal tüketicinin markaya

ilişkin bilgi edinmesinde sürece hız kazandıran bir ayrıntısıdır. Marka iletişimi sürecinde marka kişiliği markanın tüketicileriyle olan ilişkilerini düzenleyen önemli bir faktördür. Marka kişiliği, marka ile bütünleşen bir dizi farklı özellik olarak ifade edilmektedir. İnsanların farklı giyinmeleri ve konuşmaları nasıl kişilikle ilgili bilgi vermekteyse markalarında görsel ve sözel kimlikleri marka kişilikleri hakkında bilgi vermektedir. Ayrıca tüketici ile iletişim kurabilmek ve rakiplerle rekabet etmede adına marka kişiliği stratejik bir öneme sahiptir (Vural, Okmeydan, 2016, s,64-67).

3.SOSYAL MEDYA

Son zamanlarda özellikle 2010 yılı başlarından itibaren Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya ağları müşteri ilişkileri aracı olarak kullanılmaktadır. Bu iletişim teknolojilerinin markalara sunduğu fırsatların ortaya çıkmasıyla birlikte birçok marka müşteri ilişkilerini sosyal medya üzerinden kurgulamaya başlamıştır. Sosyal medya üzerinden yürütülen müşteri ilişkileri ise değişik stratejilerin kullanılmasına imkan tanımaktadır.

Sosyal medya ve sosyal ağlar vasıtasıyla işletmeler doğrudan müşterileri ile iletişim kurma imkânının yanı sıra diğer müşterilere’ de ulaşma imkanı sunmaktadır. Bu nedenle internet teknolojisi markaların daha kolayca diğer tüketici kitlelerine ulaşmasını sağlamaktadır. Sanal ortamda reklam ve pazarlama kavramına ilişkin pek çok tanım bulunmakla birlikte en genel ifade ile; marka, ürün ve hizmet pazarlama sürecinde dijital tanıtım yöntemlerinin kullanılması olarak ifade edilmektedir (Çat, Yücedağ, 2022, s,250).

İnternet toplum ve ilgilenen herkes için önemli bir bilgi kaynağıdır. İnternetin iş ortamlarıyla tanışmasıyla birlikte insanlar iş yerlerini sanal ortama taşımış e-ticaret gelişmiş sosyal medya üzerinden reklam ve tanıtım yapılmaya başlamıştır. Sosyal ağlar dediğimiz Facebook, Twitter, Instagram başta olmak üzere diğer mecralar kullanılmaktadır. Sosyal medyada içerik kullanıcılar tarafından oluşturulabildiği gibi diğer sitelerden’ de alınabilir. Sosyal medya sürekli kendini yenileyen, kullanıma açık olması ve sanal paylaşımlara imkan tanınması nedeniyle hem markalar hem de bireyler için ideal mecralardan biri olarak öne çıkmaktadır (Yeniçiftçi, 2016, s,93-97).

Markalar, fotoğraf ve video paylaşımlarıyla yazılı ve görsel hikayeler aracılığıyla kendi fikirlerini oluşturmakta, gerçek yaşam deneyimlerini ortaya sunmaktadır. Instagram müşterilerin kendilerini ilgi alanları, tutum ve davranışları, değerleri ve kişilikleri ile adeta vitrine çıkardıkları düşünüldüğünde onların hayatına direkt olarak dokunma şansına sahip olmaktadır. Instagram’ da markalar hedef kitlelerini daha yakından tanımakta ve daha etkin bir iletişim kurma imkanı bulmaktadır (Kale, 2016, s,120-122).

Sosyal ağlar kurum kimliklerinin ve marka hikâyelerinin paylaşılan görsellerle etkili bir biçimde sunulduğu mecralardır, hem markalara hem de tüketicilere çeşitli imkanlar sunmaktadır. Bunun farkında olmayan ve değerlendiremeyen işletmeler sadece fırsatları kaçırmamakta aynı zamanda müşterilerle çevrimiçi iletişim kuramadıkları için rakiplerine karşı rekabet güçlerini kaybetmektedirler. Sosyal medya firmaların marka iletişimi açısından gün geçtikçe daha fazla tercih ettiği oldukça etkili bir iletişim aracıdır. Sosyal medyanın tüketiciyle aracısız, zaman ve mekan’ dan bağımsız etkisi bu mecraların önemini her geçen gün artırmaktadır (Bayraktar, 2017, s,70-71).

Çalışmada Çaykur, Lipton ve Doğuş çay markalarının Instagram paylaşımları yukarıdaki bilgiler ışığında incelemiş ve bulgular bölümünde açıklanmaya çalışılmıştır.

BULGULAR

Lipton markasının instagram paylaşımlarının incelenmesinde mesaj olarak; Pandemi döneminde insanların bir araya gelmeye çekindiği günlerde 20.000 takipçi ile

-Sahi sen nasılsın

-Hayat nasıl gidiyor

-Hakikaten keyfin yerindemi

Slogan olarak ise;

-Hadi çaylar hazırsa birazda seni konuşalım artık

-Çaylar hazırsa konuşalım artık

-İyi bir çayın sırrı hem tadında hem **sohbetinde**

-Konuşsana bitanem neden hep susuyorsun

-Konuşalım artık

-Evden konuşalım artık

-Doya doya konuşsak birbirimizle öyle iyi gelecekti hepimize

-Sağlık çalışanlarını alkışla (10 milyon bardak çay Sağlık Bakanlığına bağışlanmıştır)

-Lipton vitaminli çay

-Lipton çok lezzetli çay

-Mis kokusu

-Limon portakal lezzeti

-Meyve lezzeti

-C vitamini Çinko, Selenyum, B6, D vitamini içeren çay

-Enerjik hisset

-Çiçeksi koku

-34 yıllık tecrübe

Lipton markasında renk kullanımında ise sarı, mor, yeşil, pembe, kırmızı, turuncu renkler hakim görülmüştür.

Lipton logo olarak ise Unilever kullanılmıştır.





- Çaykur ise 18.500 takipçi ile slogan olarak;
- Türkiye’ nin çayı
 - Bu toprakların çayı
 - Çaysız olmaz
 - Bol bol çay keyfi
 - Çay iyi gider
 - Tiryakiler buradamı?
 - Çaylar bizden
 - Bu benzersiz tadı denedinizmi?
 - Sağlığına önem verenler için yeşil çay
 - Enfes çaylardan sizin favoriniz hangisi?







saban.turgutt ve 206 diğer kişi beğendi

caykurumu Türkiye'nin çayı

2 yorumun tümünü gör

19 Ekim 2021



saban.turgutt ve 180 diğer kişi beğendi

caykurumu Bu benzersiz tadı denedinizmi?

#Türkiye'nin çayı #Çaykurumu #Çaykur



saban.turgutt ve 156 diğer kişi beğendi

caykurumu Bizimkisi 102 yıldır Karadeniz'in Yemyeşil

Bereketli Doğasından İnce Belli Bardaklara Dolan Bir Alın Teri Hikayesi



saban.turgutt ve 218 diğer kişi beğendi

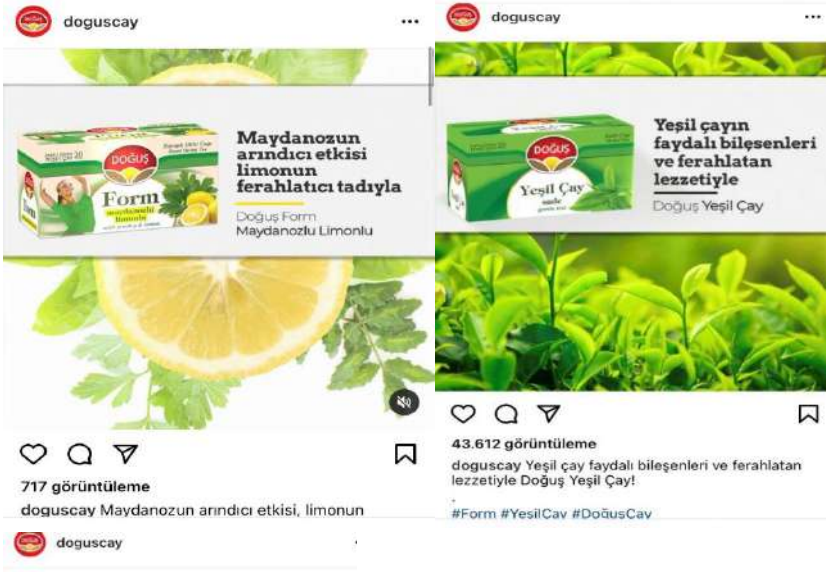
caykurumu Bu toprakların çayı

#Türkiye'nin çayı #Çaykurumu #Çaykur

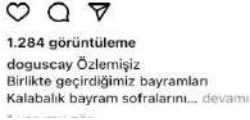


Doğuş Çay ise 8.515 takipçi ile slogan olarak;

- Huzurlu koku
- Rahatlatıcı etki
- Maydonoz Limon etkisi
- Enfes Tat
- Birlikte geçirdiğimiz bayramları özlemişiz
- Birlikteysek mutluyuz
- Yoğun demi ve enfes lezzeti
- Formunuzu lezzetle korumanız için
- Tema vakfı işbirliği her dem toprak için
- İyi çay nerden anlaşılır serçe parmak



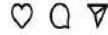
Özlemişiz





2.394 beğenme

doguscay içeriğindeki bergamot tadiyla benzersiz bir lezzet! Demlemesi kolay, lezzeti tarifsiz. #DoğuşÇay



3.894 beğenme



31.816 görüntüleme

doguscay Formunuzu lezzetle korumanız için, Doğuş Form Kayısı. #DoğuşÇay #Kayısı

3 yorumun tümünü gör



195 beğenme

doguscay "Her Dem Toprak İçin" projemiz uygulama alanını genişleterek Trabzon ve Artvin'e de uzanıyor
... devamı

doguscay
Doğuş Çay



181.465 görüntüleme

doguscay En güzel çay Doğuş Çay. #doğuşçay
#serçeparmak



277 beğenme

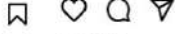
doguscay Türkiye için Doğuş Çay vakti.
#EnGuzelÇayDoğuşÇay #ramazan

12 yorumun tümünü gör



117 beğenme

doguscay Papatyanın huzurlu kokusu ve rahatlatıcı etkisi Doğuş Papatya çayında.
#DoğuşÇayı #serçeşmeparmak



223 beğenme

doguscay Soğuk havalarda sıcacık bir Doğuş çay gibisi yok ... #doğuşçay #engüzelçaydoğuşçay
11 yorumun tümünü gör



1.019 görüntüleme

doguscay En güzel çay Doğuş Çay. 🌿 #doğuşçay
#serçeşmeparmak
28 Mart

SONUÇ

Sosyal medya, markalar açısından hedef kitle ile etkileşimde önemli bir iletişim mecrasına dönüşmüştür. Özellikle son yıllarda bireylerin Instagram uygulamasını daha aktif bir biçimde kullandığı söylenebilir. Bu durum karşısında markalar, kurumsal Instagram hesapları oluşturup hedef kitleye yönelik kullanım sağladığı düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırmada, markaların Instagram paylaşımlarının içerik özellikleri incelenmiş, kullanılan unsurların işlevleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Instagramda marka kimliği ve bağlılığı oluşturmak halkla ilişkiler uzmanları açısından etkili bir yol olarak tarif edilmektedir. Markanın logosu, sloganı ya da rengini içeren marka kimliği paylaşılan fotoğrafların büyük bölümünde kullanılmaktadır.

Markaların Instagram paylaşımlarında gönderilerin içeriklerine bakıldığında kurumların daha çok ürün, promosyon ve reklam ile ilgili gönderiler paylaştıkları görülmüştür. Markaların halkla ilişkiler amaçlı paylaşımları ise sınırlı görülmüştür. Bu durum markaların Instagram'ı daha çok ürünlerini tanıtım amaçlı kullandıklarını göstermektedir.

Lipton küresel bir dünya markasıdır, 2019-2021 yılları tüm dünyada Pandemi yılları olarak ilan edilmiştir ve bu süreç devam etmektedir. Lipton slogan olarak sohbetlerin azaldığı, insanların bir araya gelmeye çekindiği günlerde konuşalım artık sloganı ile Pandemi dönemine uygun içerikler kullanmıştır.

Çaykur ise Türkiye' nin çayı ve Bu toprakların çayı ile milli ve yerli vurgusu yapmıştır. Hakim renkleri ise sarı ve kırmızıdır logo kullanılmıştır.

Doğuş çayda ise renkler siyah ağırlıklı yeşil ve kırmızıdır, Logo kullanılmıştır. Meyve etkisi ağırlıklı, özlem ve hasret teması ile sağlık ve enfes lezzet, rahatlatıcı, huzurlu mesajları görülmüştür.

Lipton küresel marka olmanın gücünü sosyal medyada aktif olarak kullanmaktadır, Çaykur kamu kuruluşu olması nedeniyle yaptığı sosyal medya uygulamaları sade ve olumlu görülmüş, Doğuş çay ise özel sektörü başarı ile temsil eden markamız olarak değerlendirilmiştir. Markaların gerek paylaşımlarının içerikleri gerek paylaşımlarının altında kullandıkları metinler kurumların Instagram' ı yoğun şekilde reklam ve tanıtım amaçlı kullandıklarını göstermektedir.

KAYNAKLAR

1. Zihnioğlu, A.(1998). Bir Yeşilin Peşinde. Ankara: Tübitak. Impress Baskı Tesisleri
2. Yıldırım, A, Şimşek, H.(2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. İstanbul: Seçkin Yayıncılık
3. Uztuğ, F.(2011). Değişen Marka Yönetimi Anlayışlarında Marka Analizi
4. Vural, B.A, Okmeydan, C.D.(2016). Akdeniz İletişim Dergisi. Sayı:25
5. Tufan Yeniçiktı, N.(2016). Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Madya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Aaraştırma. Selçuk İletişim. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19032/201215>
6. Kale, Gözde, Ö.(2016). Marka İletişiminde Instagram Kullanımı, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC April 2016 Volume 6 Issue 2
7. Bayraktar, S.(2017). Yargıcı ve Mudo City Markalarının Sanal Ortam Temsilleri ve Instagram Örneği, International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi E-ISSN: 2602-4411, 1 (2):2017, www.nobel.gen.tr
8. Çat, A.K, Yücedağ, G.(2022). Markaların Instagram İçeriklerinin İncelenmesi: Türkiye’de Online Yemek Hizmeti Sunan 5 Marka Örneği, Asya Studies Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar Year: 6 - Number: 21, p. 249-262, Autumn 2022
9. Koz, K.A, Can, S.(2018). Sosyal Medyada Tüketici Onaylı Pazarlama: Instagram, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi Online Journal of the Faculty of Communication Sciences, ISSN-1309-3487
10. Pira, A, Kocabaş, F, Yeniçeri M.(2005). Küresel Pazarda Marka Yönetimi. İstanbul: Dönence Yayınları
11. Aktuğlu, I.K.(2004). Marka Yönetimi. İstanbul: İletişim Yayınları
12. Aaker, D.A.(2015). Markalama. İstanbul: MediaCat Kitapları
13. Millman, D.(2012). Marka Kültürü. İstanbul: MediaCat Kitapları
14. Arya, N.(2013). Ph.D Student of Symbiosis International University, Pune International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 3, Issue 7, July 2013 ISSN 2250- 3153
15. Thushara, S.C.(2015). Sri Lankan Tea Industry: Prospects and Challenges, Proceedings of the Second Middle East Conference on Global Business, Economics, Finance and Banking (ME15Dubai Conference) ISBN: 978-1-941505-26-7 Dubai-UAE, 22-24 May, 2015 Paper ID: D533
16. Kacar, B.(2010). Çay Bitkisi Biyokimyası Gübrelenmesi İşleme Teknolojisi. Ankara: Nobel Yayınları

- 17.Cheng Q, Zhongheng L, Ling X.(2021). Spatiotemporal Differentiation of Coupling and Coordination Relationship of the Tea Industry–Tourism–Ecological Environment System in Fujian Province, China, Sustainability 2021, 13, 10628. <https://doi.org/10.3390/su131910628>
- 18.Çaykur 2019 Yılı İstatistik Bülteni
- 19.Duran, M.Ö.(2020). Orta Asya’da Çay: XVIII-XIX. Yüzyıllarda Bir İçeceğin Tarihi, Journal of Turkish History Researches,Yıl/Vol.5,Sayı/No.2 Fall 2020 ISSN (çevrimiçi): 2459-0185 ISSN (basılı): 2548-091X
- 20.Ries, A, Ries L.(2014). Marka Yaratmanın 22 Kuralı. İstanbul: MediaCat Kitapları
- 21.Erdil, S.T. & Uzun, Y.(2010). Marka Olmak. İstanbul: Beta Yayıncılık
- 22.Uztuğ F.(2002). Markan Kadar Konuş; Marka İletişim Stratejileri, Mediacat Yayınları İstanbul
- 23.<http://biriz.biz/cay/dunyacayuretimi.htm>
- 24.<https://www.instagram.com/turkiyenincayi/>
- 25.<https://www.instagram.com/doguscaay/>
- 26.<https://www.instagram.com/liptonturkiye/>
- 27.<https://www.caykur.gov.tr/istatistik>

ESKİ TÜRKLERDE TIP

Mehmet Turgut BERBERCAN

*Doç. Dr., Çankırı Karatekin Üniversitesi
Edebiyat Fakültesi Öğretim Üyesi,
mtberbercan@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9847-384X*

Giriş

Eski dünyada “tıp” denince Eski Mısır, Eski Anadolu ve Mezopotamya ile Antik Yunan çağlarında yaşamış medeniyet ve kültürlerin mitolojik veya yarı-mitolojik kaynaklara dayanan eserleri ve “tabip” kimliğine sahip çeşitli tarihî simâları akla gelir. Örneğin, Antik Yunan’ın tıp tanrısı Asklepios (Büyük tıp tanrısı Apollon ile peri kızı Koronis’in çocuğudur. Ceza verilerek öldürülenleri bile tedavi ederek canlandırdığı için Tanrı Zeus tarafından öldürülmüştür. Asklepios’un çocukları da şifa veren tabiptiler) ve tabii modern tıp bilimin kurucusu olan M.Ö. V. yüzyılda yaşamış Hipokrat önde gelen mitolojik/tarihî simâlardır. Modern tıbbın ve eczacılığın kurucusu sayılan Eski Yunan tıbbını etkileyen kökler irdelendiğinde ise Eski Mısır, Eski Anadolu ve Mezopotamya ile Eski Hint ve Çin tababetine uzanan kültürel bir yol tespit edilebilmektedir. Tababetin ve tabii eczacılığın eski dünyadaki öncüleri arasında mutlaka Çin ve Eski Mısır tabiplerini etkileyen eski Hint tabipleri ile geliştirdikleri tedavi usulleri öncelikle zikredilmelidir.

Eski Türkler, bugün Anadolu’dan binlerce kilometre uzakta bulunan İç Asya’daki eski yurtlarında yaşarken birçok yerleşik kültürle temas kurmuş, kültürel ilişkiler geliştirmişlerdi. Gök Tanrı inancının arkasından, geniş kitleler halinde İslam benimsenmeden önce, çeşitli cemaatler halinde başta Budizm olmak üzere, Maniheizm, Brahmanizm gibi çeşitli felsefeleri benimsemiş, tek tanrılı dinlerden Musevilik ve Hristiyanlık Türkler arasında revaç bulmuştu. Türklerin göçebe (nomadic) hayat tarzı; statik olmayan bu tarzın getirdiği çok aktif dinamizm ile gittikleri, yerleştikleri yahut savaş yoluyla ele geçirdikleri coğrafyalardaki muhtelif halklarla kültür yoluyla kaynaşmasını, karşılıklı olarak etkileşimi kolaylıkla sağlamıştır. Türklerin Eski Uygurlar çağında, özellikle Turfan ve Dun-Huang gibi bölgelerde Budist Çinlilerle kurdukları ilişkiler, Eski Uygur Türklerinin bilim, teknik ve tıpta Çin’den büyük nispette yararlandığını göstermektedir. Bugüne ulaşan Eski Türkçe eserlerden anlaşıldığı gibi, günümüzden yaklaşık 1100 yıl önce Eski Türklerin Hint literatüründen etkilenmiş Çin tabiplerinin eserlerini Türkçeye aktardıkları, Gök Tanrı inancı üzerinden gelen motiflerle beslenmiş metotlarla Çin tıbbının esaslarını teoride ve pratikte birleştirerek kullandıklarını göstermektedir. Ayrıca bu noktada, Budizmin Hindistan’da doğması sebebiyle, Çin tıbbını etkileyen esas metodolojilerden birinin “ayurveda”ya dayalı Hint tababetinin ve eczacılığının olduğu bilinmelidir.

Hintçeden Çinceye ve arkasından Çince Eski Türkçeye çevrilen eserlerde, Eski Yunan’da Hipokrat’ın kuramlarında rastlanılan unsurlara rastlanması (“Dört mizaç kuralı” gibi), Eski dünyada tıp bilimin halklar arasında etkileşim seviyesi çok yüksek bir kültürel yol oluşturduğunu göstermektedir.

Belli bir yerde ortaya çıkıp din, dil, ırk, cinsiyet, kültür fark etmeksizin hemen hemen her bölgeyi ve insanı etkisi altına alan salgın halindeki bir hastalığın yayılma hızı kadar hastalığı tedavi etme usullerinin yani ilgili tababet ve eczacılık bilgisinin de o hızla dünyada, insanlar arasında yayıldığı görülmüştür. Bu yönleriyle tabiplerin diğer tüm bilimlerin insanlar arasında öğrenilme hızını aşarak adeta sınırları ve mesafeleri yok sayarak çağları ve coğrafyaları birbirine ulaştıran büyük bir kültür misyonu yüklendiği görülmektedir. İslam kaynaklarındaki Lokman Hekim, Antik Yunan kaynaklarındaki Asklepios gibi, Eski Hint kaynaklarından Çin kaynaklarına geçmiş ve oradan Eski Türk kaynaklarına geçmiş “Otaçı Beg (Hekim Bey)” gibi halka şifa dağıtan, hastalıkları iyileştiren bir şahsiyet tarihte var olmuştur. İsmi dilden dile kültürden kültüre, medeniyetten medeniyete değişiklik gösterse de insanlığı etkilemiş ve insanlığın derdine derman yani hastalığına şifa, çare, ilaç bulmuş ve bu yönüyle insanlara yol göstermiş, âdeta bir peygamberin yaptığı yol göstericiliği, iyiye ve doğruya yönlendiren kılavuzluğu üstlenmiş, kendi hayatını hiçe saymış bir “tabip” figürü eski kaynaklarda zikredilmiştir. Birbirine çok benzeyen motiflere sahip çeşitli kültürlere ait kaynaklarda anlatılanların asıl ortak noktası “Lokman Hekim” gibi bir şahsiyetin var olduğunu bildirmesidir.

1. Bir Lokman Hekim Figürü:

Bayagut Oğlu Otaçı Beg

Hekim babasından tıp ilmini, ayurvedik tedavi usullerini (Hint tababetini) öğrenerek kendisi de hekim olup yaşadığı büyük ülkeyi etkisi altına alan salgın hastalığı tedavi eden, ev ev kapı kapı dolaşarak tedavi etmek için hasta arayan bir hekimin hayatının anlatıldığı “Eski Türkçe Bayagut Oğlu Otaçı Beg Hikâyesi” tipik bir Lokman Hekim hikâyesidir. Bu hikâyenin kahramanı olan “Otaçı Beg (Bugünün Türkçesiyle Otaçı = “hekim, doktor, tabip”; beg = “bey”)”, dünya literatüründe; bilimsel, dinî yahut felsefî bir mahiyeti bulunan eserlerde bahsi geçen şifa dağıtan, ilaç yapan ve hatta ölümsüzlüğü bulan kişinin bir benzeri, hatta varyasyonudur.

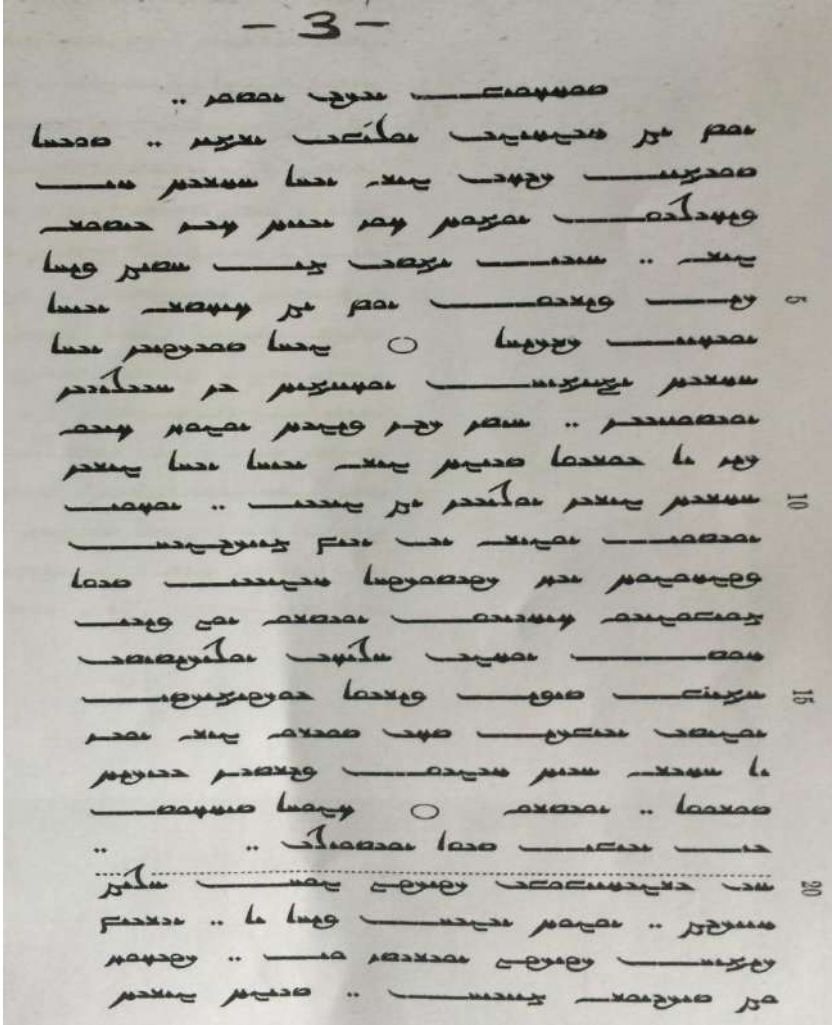
“Bayagut Oğlu Otaçı Beg” adı verilen hikâye, Türk dilinin Eski Türkçe devrine ait olup Eski Uygurca devresinde Çince'den Türkçeye yapılmış bir tercümedir. Söz konusu hikâye, Budizm’i seçen Eski Uygur Türklerinden kalan edebî eserler arasında en kapsamlı ve hacimli bir eser olarak öne çıkan “Altun Yaruk Sutra (Suvarnaprabhasa-sutra)”da [585.-605. sayfalarda] yer almaktadır (Hikâye yayımlanmıştır; bkz. M. T. Berbercan, Eski Türkçe Bayagut Oğlu Otaçı Beg Hikâyesi, II. baskı, Derin Yayınları, İstanbul 2016). Hikâyenin çıkış yeri Eski Hint edebiyatıdır. Sanskrit literatüründe “jataka” olarak anılan Eski Türkçeye “çatik” olarak geçmiş bir edebî türe ait olan hikâyenin (Eski Türkçe çatik < Sanskritçe jataka “menkıbevî hikâye”) içinde geçtiği kitap (sutra) olan

“Altun Yaruk” ilkin Sanskritçeden Çinceye çevrilmiş ve arkasında Çince den Türkçeye Şingku Şeli Tutung isimli bir Uygur Türk’ü tarafından Türkçeye aktarılmıştır. Eserin önemli bir yönü de tercümede adaptasyon metodu kullanılarak Türk dili ve kültürüyle yeniden biçimlendirilmesidir.

Eski Türkçeye “sudur” olarak geçen kelime Hint literatüründe “sutra” olarak isimlendirilmiştir. Sutralar, Budizm’in temel prensiplerini, felsefesini, Buda’nın konuşmalarını içeren metinlerin bütünüdür. Ayrıca sutralarda çeşitli çatikler (hikâyeler) ve şiirler de bulunmaktadır. Çatiklerde, yer yer mitolojik, destansı özellikler bulunmakla birlikte, dinî yahut felsefî bir etkileyicilik, masal havasında bir tahkiye üslubu bulunmaktadır. Anlatılmak istenenler, kutsal kabul edilen bir karakterin (bir insan ya da bir hayvan olabilir) hayatı üzerinden anlatılmıştır. Çatikler, genellikle sutralarda yer almışlardır; fakat müstakil olarak yazılmış uzun çatikler de vardır. “Bayagut Oğlu Otaçı Beg” ismini vererek tanıttığımız çatik gibi, diğer bir çok çatikte (Örneğin; Prens Kalyanamkara ve Papamkara [İyi Düşünceli Prens ve Kötü Düşünceli Prens Hikâyesi], Altun Yaruk’tan Aç Pars Hikâyesi, Dantipali Beg, Çaştani Beg’in Şeytanlarla Savaşı, Maymunlar Begi Hikâyesi vs.) Budizm’in (Eski Türkçede Budizm = Burkancılık) reenkarnasyon inancı etrafında, Buda’nın dünyadaki insanlara örnek olacak hayatlarından biri anlatılmıştır. Çatikte hayatından bölümlerin anlatıldığı “Bayagut Oğlu Otaçı Beg”, hekim babasından ayurvedayı (Eski Hint tababetini) öğrenmiş bir hekimdir ve amacı dünyayı saran hastalıkları tedavi etmektir. Otaçı Beg için başka hayatları kurtarmak ve tüm canlılara faydalı olmak ana gayedir. Meselâ, hikâyenin ikinci kısmında, kanal açılarak suyu başka tarafa çekilmiş bir gölcükte can çekişen balıklara su getirmek için çırpınan, balıklara suyu getirmekle kalmayıp evindeki yiyeceği balıklara dağıtan “Otaçı Beg”in kutsal çabası veciz ifadelerle örülü bir üslup ve yüksek bir Türkçe ile anlatılmıştır. Hikâyenin bütününde, hayat kurtarmanın, başkalarının dirliği, sağlığı için çaba göstermenin erdemi vurgulanmıştır. Hikâyede özellikle, Otaçı Beg’in babasıyla kurduğu diyaloglar çok dikkat çekicidir. Bu diyaloglarda, tanı ve tedavi usulleri ayrıntılı bir şekilde anlatılır. Bir hekimin hastalıkları nasıl tanıyacağı ve hangi şartlar altında nasıl bir tedavi uygulayacağı anlatılır. Bu yönüyle “Bayagut Oğlu Otaçı Beg Hikâyesi”nin Türkçe yazılmış ilk tıp kaynakları arasında sayılması gerekir. Eserdeki tababet metodu, Eski Hint tedavi metodu olup açıklanan medikal bilgilerin günümüzde de geçerliliği olan bilgiler olduğu belirtilmelidir.

Eski Türkçe Bayagut Oğlu Otaçı Beg Hikâyesi’nde, Türk edebiyatının ilk tıbbî bilgiler veren ve bu yönüyle yazılış tarihi belli olan ilk tıp kitabı sayılabilecek olan eserde, Hint ayurvedasından alınmış esaslarla birlikte anlatılan teşhis ve tedavi metodolojisi, eczacılık bilgisi dikkat çekicidir. Günümüzden yaklaşık 1100 yıl önce, İslam öncesine ait Türk diliyle, yani “asıl” Eski Türkçeyle kaleme alınan

eserdeki ifadeler, içerdikleri konuya uygun başlıklar verilerek bu satırların yazarı tarafından Eski Türkçeden Türkiye Türkçesine çevrilmiştir (Kitaba göre 3.-12. pasajlar). Eserdeki vata, pitta vs. gibi hastalık isimleri, Eski Asya dilleri kökenli olup çeviride Eski Türkçede yazıldıkları gibi alınmıştır:



(*) Hikâyetü'nin orijinal metni (3. sayfa)

GİRİŞ: CANLILARI TEDAVİ ETMEK

... Büyük sahip, bağışlama fikri izhar etsin! Dileğimi arz ediyorum. Canlıları tedavi etmek istiyorum.” diyerek ilaç tefsirlerinin şerhini, ne sebeple bu (insan) vücudunun gevşeyip güçsüzleşerek kötüleştiğini, elementler (beş unsur = mahabhuta) toplanmasının nasıl azalıp arttığını, hangi zamanın içinde, (hangi) kesinlerin sırasında, hangi hastalığın ne şekilde başladığını, nasıl beslenilirse

yiyecek (ve) içeceklerin tadı olduğunu (ve) bu sayede canlıların (nasıl) huzurlu (ve) sevinçli olmaya, tekrar hareket etmeye muktedir olacağını sordu (ve) “İşte bu yüzden vücutta hazmettirici yiyeceği, (vücut) ateşini söndürmeyen (ve) geçirmeyen, insan vücudunda türemiş dört büyük hastalığı, yeli (=vata), sarıyı (=pitta), lişipi (=kapha) (ve) hepsini ortaya çıkaran sanıpatıyı (=sannipattika) tedavi etmek isterse iyi gönüllü kişiler nasıl tedavi etmelidir? Böyle hastalıklar hangi zamanlarda ortaya çıkıyor. Yel kökenli hastalık vücuda hangi zamanda bulaşıyor? Sarı kökenli hastalık hangi devrede başlıyor? Lişip kökenli soğuk hastalık (ve) sanıpatı adlı zorlu hastalık hangi zamanda olur?” diye konuştu. O zaman, o hekim kendi

I. HASTALIKLARI ZAMANA GÖRE ANLAMAK

-Dokuzuncu fasıl/yirmi üçüncü varak-

oğlunun bu şekildeki ricasını işitip sonra da kendisi şiirsel olarak oğluna şöyle diyerek cevap verdi: “Ben şimdi bu suretle kadim erenler hikmetine dayanarak hastalıkları tedavi edecek tefsirlerdeki şerhe göre (hastalıkları birbirlerinden ayıran) farkları sırasıyla, sonrasında (da) göstererek anlatayım. Adamakıllı dinleyip (anlattıklarımı) tefekkür ederek canlıları kurtar! Üç ay bahara ait zaman, üç ay yaz zamanı, üç ay güz zamanı, üç ay kışa ait zaman olur. Bu şekilde tutularak bir yıl süresi içinde üçer üçer ayları ayırmak suretiyle “mevsim” olur. İkişer ikişer ayları birleştirmek suretiyle “kesin” olur. Sonra tam bir yılda altı kesin sayımı (şöyle olur): birinci ay ve ikinci ay çiçekli (=hua) zamandır. Üçüncü ve dördüncü ay sıcak zamanların devresidir. Beşinci aya ve altıncı aya yağmurlu zaman adı verilir. Yedinci ay ve sekizinci ay güz devresidir. Dokuzuncu ve onuncu aya soğuk zaman denilmiştir. Sonraki iki ay birleşerek karlı (ve) buzlu zaman olur. İşte bu şekilde kesinlerin farkını ayırt edip ilaçlarını şaşırmadan sırasıyla vermek gerek. Bu (sayılan) zamanların içinde (hastalığın) faydasına, usulüne göre hazırlayıp, düzenleyip ustaca karıştırarak yemeği, içeceği (ve) şerbeti (karnın) sindirme zamanına göre (karna) sokmak gerek. Bu sayede bütün hastalıklar ortaya çıkıp başlayamazlar. (Sayılan bu) kesinlerin sırasında mevsim devresi değiştiğinden dört büyük (mevsimin) düzene girip değiştiği zamana göre bu zamanlarda hekim (gerekli olan) ilacı, şifayı verirse, açıkça şüphesiz bir şekilde, ortaya çıkan ağrıyı, sancıyı, hastalığı ayırabilirse, hekim dört mevsimin farkını da tam olarak bilirse ve işte bu şekilde altı kesin devresini anlarsa şayet, bellidir (ki) yedi unsuru, vücutta şaşırmadan işletir (Vücuttaki yedi temel unsurun doğru olarak çalışmasını sağlar). Unsurlara gelince,

II. TEMEL TANI, TEDAVİ VE İLAÇ ESASLARI

-Dokuzuncu fasıl/yirmi dördüncü varak-

vücutta et, kan ve tat (olmak üzere) üçtür; deri ve kemik (ile beraber) beş olur. İlik ve oluk (ile beraber) yedi (olur). Eğer hastalıklar (vücuda) girerse; hekim,

bunları tedavi etmek için bu tat veren unsuru unsurlar içinde tanımalıdır. Dört türlü olmak üzere (birbirinden) ayrılmış (farklı belirtiler gösteren) hastalık bilinir. Şöyle ki; yel, sarı ve lişip kökenli hastalık, sanıpat adlı zorlu hastalıkla birlikte dört olur. Bunların başlama, nüksetme zamanlarını bilmek gerek. Yaz zamanında yel kökenli hastalık başlar, sıcak kökenli sarı hastalık bu güz zamanında azar. Sanıpat adlı zorlu hastalık kış zamanında bulaşır. Bahar zamanında, çok pişirilmiş sıcak aşı yemelidir. Yazın tuzlu aşı, sıcak yağlı yiyeceği içeceği yesinler (içsinler). Güz zamanında, soğuk, yağlı (ve) tatlı aş yemelidir. Kışın, asitli (ve) çok tatlı yağlı aş yesinler. İşte burada bu şekilde, dört mevsimde söylendiği gibi (sayılan bu) şifalardan hazırlanırsa ve yiyecek ile içecek ayrılırsa yemeği tat değiştirmeden, evvel söylenen usule göre yedirirse o zaman hastalığı başlatan sebepler bulunmaz. Lişip kökenli hastalık yemek yedikten sonra başlar. Sarı kökenli sıcak hastalık yemek sindirilirken başlar. Yel kökenli hastalık yemek sindirildikten sonra başlar. Hastalıkların zamanını, belirtilerini, ne zaman sona ereceğini, bu hastalıkların kökenlerini (hastalığı ortaya çıkaran sebepleri) bilmek gerek. Hastalığa uygun (ve) usulüne göre ilaç yapmak gerek. Öyle ki, hastalıkların belirtilerini, kökenini, (ne zaman) tutmaya (etki etmeye) başladıklarını ayrı ayrı ayırarak (aralarındaki) farkları tespit edip ondan sonra tedavi etmelidir. Yel hastalıklıya kaynatılmış yağları içirmelidir. Sarı hastalıklıya sövüşlük etleri içirmelidir. Lişip kökenli hastalığa yakalanana kuru yemekler (şifalar) uygundur. Sanıpat kökenli hastalığa yakalanana bu üç yemeğin (şifanın) hepsi uygundur. Yel, sarı ve lişip (hastalıklarını) söndüren, (onlarla) beraber (ve onların) arasında olmasından ötürü onun

-Dokuzuncu fasıl/yirmi beşinci varak-

adına sanıpat hastalığı denmiş. (Bu şekilde) tamamen bilindiğinde de hastalıkların başlama zamanlarını görmek (anlamak) gerekir. Onların hangi kökenli olduğunu işte bu şekilde ayırt ederek tanıdıktan sonra hekim o (kişiye) denir. Mevsimlerin durumuna göre (hastalığın) şifasını (yani) yiyecek ve içeceklerle, (hastanın) ilacını şaşırmadan vakte göre verip tedavi etsin. (Böyle bir hekim) çok şöhret kazanan hekimdir. Hekim sekiz türlü ilmi, bütün ilaçların yapımında ustalaşmak üzerine tutulmuş hikmeti (bilgi birikimini) bilmelidir (yani tababete hakim olmalıdır). Şayet zamanı görmezse (tayin edemezse, bulamazsa), nur nüfuz ederek bu sayede canlıların hastalığını tedavi edebilir. Onlar (yapılacak olanlar) ise bunlardır: iğne yapmak, yara temizlemek, vücut ilaçlamak, zehirlenmişleri, küçük çocukları tedavi etmek, işte aynı şekilde yaşlıları gençleştirmek, (kısacası) büyüğü küçüğü iyi hale getirmek. Öncelikle, onların (hastaların) vücudunu derisini, sözünü ve de aslı yapısını görmelidir. İşte bu şekilde ondan sonra gördüğü düş belirtisini sormalıdır. (Hekim, kişinin durumuna bakarak) yel, sarı ve lişip hastalıklarının farkını bilebilir. Başında saç

az olup zayıfise; vücudu, fikri, zihni, tavrı pek sağlam değilse, çok konuşan olup rüyasında uçtuğunu görüyorsa, böyle kişileri yel kökenli hastalığa yakalanandır diye bilsinler. Küçük genç yaşında saçı başı beyaz ise, çok darlanıp öfkeci ise, çok fazla nur (gibi) zihni açık olup rüyasında da ateş görüyorsa o kişiyi sarı kökenli hastalığa yakalanandır diye bilmelidir. Fikri zihni sağlam, vücudu düzgün yapılı olup (kime) saygı duyacağını (küçüğünü büyüğünü) ayırıp bilen olup tatlı sözlü ise, rüyasında akarsu, beyaz renkli değerli eşyalar (ipek?) görüyorsa bu sayede o kişiyi lişip kökenli hastalığa yakalanandır diye bilmelidir. Sampat kökenli hastalığa yakalanan kişide (bu belirtilerin) hepsi olur. (Bir kişide) biri veya da ikisi veya üçünün hepsi olur. Hangisi o kişide çok güçlü ise, o kişiyi o kökenli hastalığa yakalanandır diye bilmek gerekir.

SONUÇ: “İYİ BİR HEKİM NASIL OLUR?”

-Dokuzuncu fasıl/yirmi altıncı varak-

Ne zaman işte bu şekilde (hastalıkların) kendi kökenlerini ayırt ederek bilirse, kökenine göre hastalığa uygun ilacı vermelidir; tecrübe etmiş şekilde bilirse (hastanın) ölmeyeceği belli olacak(tır). (Bu şekilde uygularsa, o hekimin) adı derhal diriltici olur denmiş. Kimin şayet duyu uzuvları ters, yanlış bağlanırsa, (kim) en iyi hekim üzerine kötü düşünce izhar ederse, (kendisi için) iyi düşünene (temiz kalpliye) yanıt olarak öfkelenirse, kızarsa bunu ölüm belirtisi olarak bilmelidir denmiştir. (Hastanın) sol gözünün beyaz kısmı, rengi değiştiğinde, dili, ağzı da kararıp burnu kasılıp kötü hale geldiğinde; kulağı, (diğer) uzuvları, (vücut) yapısı öncekinden (önceki haline göre) farklılaştığında, alt dudağı boşalıp (gevşeyip) aşağı salındığında da (hasta) ölür. Sadece karahalile (=harītakī) bitkisinde “altı tat”ın hepsi vardır. Bütün hastalıkları iyileştiren içilecek şifaların hükümdarı “üç meyve” (adı verilenler)dir. Ayrıca “üç yakan (zehir)” (adı verilenler) de hepsi birlikte bütün içilecek otlar arasında (adeta zehirli birer ot gibi) fena olanlardır, derler. İnek yağı (kaymak veya tereyağı), süt ile bal ve banıt (bir tür şerbet, pekmez?) bunların her ikisi her hastalığın ilacıdır. Aynı şekilde bunlardan başka içilecek şifalar topluluğu (kaymak, süt, bal ve banıt’dan oluşan topluluk gibi) ne kadar varsa hastalığı görüp (tanıyıp hastalığın) kendi kökenine göre uygun (şifayı) aramalıdır.

(Eser metninin bilimsel yayını ve analiz için bkz. M. T. Berbercan, Eski Türkçe Bayagut Oğlu Otaçı Beg Hikâyesi, Derin Yayınları, II. baskı, İstanbul 2016).

2. Eski Türkçe Tıp Metinleri

Çeşitli yönleriyle, içerdiği özellikler sebebiyle bir tıp kitabı olduğu vurgulanan Eski Türkçe yazılmış “Bayagut Oğlu Otaçı Beg Hikâyesi”nden başka, İslam öncesi Türk edebiyatında, yani Türk edebiyatının tarihi belli ilk yazılı kaynaklarının ortaya çıktığı ve Türk dilinin kapsamlı bir edebiyat dili olarak

yükselmeye başladığı dönemde, Eski Uygur Türklerinin günümüzden aşağı yukarı 1000 yıl önce ortaya koydukları tababet ve eczacılık metinleri, başta Çince olmak üzere Asya dillerinden yapılmış tıp çevirileri (Meselâ “Yogaşatik [YOGAŚATAKA] atlıg şastır” = “Yogaşatik adlı şastır”) bulunmaktadır.

Literatürde, “Eski Uygur tıp metinleri” olarak genellikle bilinen bu eserlerde, çeşitli hastalıklara ve rahatsızlık belirtilerine karşı uygulanacak metotlar, bugün “halk hekimliği” çerçevesinde değerlendirilebilecek yöntemler, uygulamalar sıralanmaktadır. Bu metotların ananevi Çin ve Hint tıbbından doğrudan alınmış çareler, şifalar, tedavi usulleri ihtiva ettikleri söylenebileceği gibi, bugün de Asya kökenli halklar, topluluk ve kabileler arasında modern tıba alternatif olarak pratikte kullanılan uygulamalara benzediği veya etnolojik köken itibarıyla bu uygulamaların prototipi olduğu doğal olarak ileri sürülebilir. Ayrıca metinlerde anlatılan ilaç uygulamalarının İslam öncesinde Türklerin Budizm, Manihezim ve Hristiyan olmadan önce sahip olduğu paganist inançlarından gelen bazı geleneklere, ritüel ve seromonilere dayandıkları ya da bunlardan geliştirildikleri düşünülebilir. Eski Türk filolojisinin Uygur sahasına ait olmak suretiyle yazılmış tıp metinlerinin önemli bir kısmı, parçalar halinde “Zur Heilkunde der Uiguren” başlığıyla Alman bilim akademisi neşriyatından (“Verlag der Academie der Wissenschaften”) 1930 ve 1932 yıllarında Berlin’de, Reşit Rahmeti Arat imzasıyla yayımlandı. Bu metinlerin bir kısmı A. von Gabain tarafından “Altürkische Grammatik”te ayrıca yayımlanmıştır (Hamburg, 1950 [Türkiye Türkçesine çevirisi için bkz. Eski Türkçenin Grameri, Çev. M. Akalın, TTK Yayınları, Ankara 1988]). Söz konusu metinlerde anlatılan usullerin (özellikle hayvansal ürünlerden ve doğrudan hayvanlardan sağlanan unsurlarla) bugün uygulandığında tedavi sağlayıp sağlamayacağı noktasında tabiatıyla tereddüt bulunmaktadır. Neticede, aşağıda örnekleri verilecek olan tedavi usullerinin günümüzden 1000 yıl önce İç Asya’da kullanılan tedavi metotları ve ilaç bilgisi olduğu vurgulanmalıdır; Eski Asya’da, hastalıkların, çeşitli dertlerin ne şekilde tedavi edilmeye çalışıldığı hususuna bir ışık tutulacak, filolojik bir bakış atılacaktır. Metin parçaları, Arat ve Gabain’in kayıtlarına göre (Arat, 1930, s. 454, 456; Gabain, 1988, s. 238-39) maddeler halinde verilmek suretiyle sıralanmış, revize edilerek Türkiye Türkçesine aktarılmıştır:

1. Kayu kişi kiçe edgü körmeser kara ečkününg ögsüz bağırınka içinge pitpidini saçıp otka kömüp köbikin alıp közke sürtil. kiçe edgü körür.

Hangi kişi geceleyin iyi görmüyorsa, kara keçinin döz etine biber ekleyerek ateşe gömüp (pişirip) tam ortasını alıp göze sür! Gece iyi görür.

2. Kayu tişinin kagukı tudunsar tülüg erüknüng kasıkın alıp kaşanıg yolinga urgu ol. bat kaşanur.

Hangi bayanın mesanesi tutulursa tüylü eriğin (şeftalinin) kabuğunu alıp idrar yoluna soksun. Hemen işer.

3. Kayu kişi yan agrıg erser kögürçken mayakın kara min birle çokuradıp üç kiçe yazkun, edgü bolur.

Hangi kişinin kalçası ağrıyorsa, güvercin tezeğini kara çorba (?) ile kaynatıp üç gece sürsün, iyi olur.

4. Telinmez kartka: ingekning konyning mingizin sokup yaksun. bat telinip edgü bolur.

Delinmez çıban için: İneğin koyunun boynuzunu sokup sürsün. Çabuk delinip iyi olur.

5. Tolgak bolup sönmeser uskunnung kasıkın yıldızı birle yorgurtka tokup içürzün. söner.

İç sıkıntısı olup geçmezse, sarımsağın kabuğunu kökü ile yoğurda batırıp içirsin. Geçer.

6. Tiş agrıgka: üç yaşar kara udnung mayakın işiçte çokuradıp yazkun. agrıgı kider.

Diş agrısı için: üç yaşında kara sığırın tezeğini kapta kaynatıp sürsün. agrısı gider.

7. Kayu kişining eti ala bolsar badiyannı yarıp yarıp sürtüştürüp suwın alıp ala etinke sürtzün, alası kider.

Hangi kişinin eti (vücudu, cildi) lekelenirse (deri hastalığı) olursa, anasonu (birkaç parçaya) bölüp sürerek suyunu alıp lekeli etine sürtsün, geçer.

8. Kekelik ödin şeker birle tüz ülüş kılıp közke sürtser körmeser yime körür. edgü bolur.

Keklik kuşunun ödünü şeker ile karıştırıp göze sürerse, görme kuvveti artar, iyi olur.

9. Yana kekeliknüng ödin alıp kurutıp borka bekinike kadıp içser ançma bor bekini içser esürmez bolur, edgü.

Yine keklik kuşunun ödünü alıp kurutup şaraba biraya katıp içerse, bu şekilde şarap bira içse de sarhoş olmaz, iyidir.

10. Tewe südükin alıp başka sürdser baştakı kepeki kider.

Deve sidiğini alıp baş(in)a sürerse baştaki kepeği giderir.

11. Kim kal bolsar sugun müngüzin yumşak ögüp suwka tokıp içser kider.

Kim delirirse (kuduz olursa?), geyik boynuzunu yumuşak hale getirerek öğütüp suya koyup içerse, geçer.

12. Kulak şakşı bolsar karaku sıçkannıng ödin tamışsar açılır.

Kulak sağır olursa, kara sıçanın ödünü damlatırsa (kulağı) açılır.

13. Yana em: ölüg mişkiçning yakrısın ergüzüp sürtser açılır.

Yine (bir) ilaç: ölü kedinin iç yağın eritip sürerse açılır.

14. Yana kişi ödin alıp bõrilig közke sürtser açılır.

Yine kişi (kedinin) ödünü alıp mikroplanmış (kurtlanmış, iltihaplanmış) göze sürerse açılır.

15. Tewening öwkesin kutırıp sokup elgep tın busgakka içürser edgü bolur.

Devenin ciğerini kurutup vurup eleyip nefes darlığı için içirirse (kişi) iyi olur.

16. Kayu kişining karnında kenç ölses bir satır it sütin içürser tüşer.

Hangi kişinin karnında bebek ölürse, bir ölçek köpek sütünü içirirse, (bebek) düşer.

17. Kal it tartmış kişiğe: ularnıng miyisin yiser edgü bolur.

Deli köpek (kuduz köpek) ısırmış kişi için: kekliğin beynini yerse iyi olur.

18. Üç künkedeke aç karınka birer çan kuma yağın içürser, edgü.

Üç güne kadar aç karna birer bardak keten yağını içirse, iyi(dir).

19. Köz yaruksuz bolup üküş telim yaş aksar köz üze sürdses yime edgü bolur.

(Ayrıca) göz parlaklığını kaybedip çok fazla yaş (gözden) akıyorsa, gözün üstüne sürerse iyi olur.

20. Kayu kişining kiri arınmadın yiç aksar kürküm konak mini şıpar birle borka kadıp içürser edgü bolur.

Hangi kişinin kiri temizlenmeden (pisliği?) akıyorsa; safran, mısır çorbası (ve) misk (?) ile şaraba katıp içirse iyi olur.

21. Özte uşak kart ünser takıgu yumurtgasın öt birle sürdses, edgü.

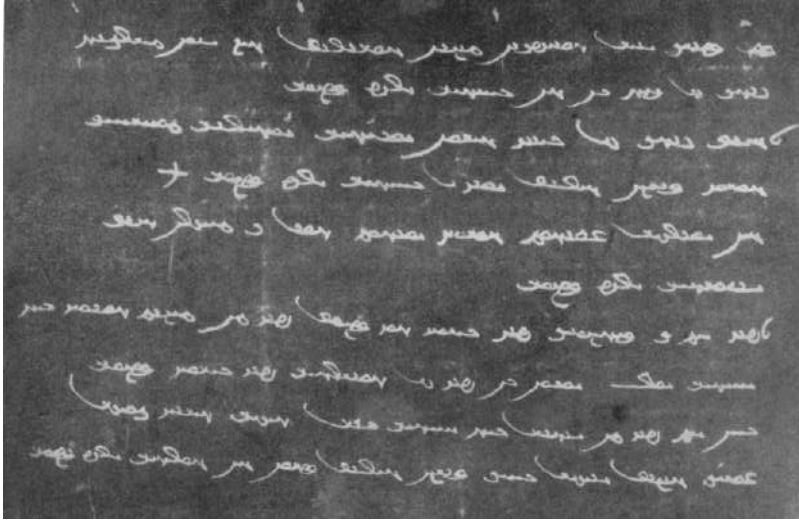
Vücutta küçük çiban çıkarsa, tavuk yumurtasını öd ile sürerse, iyi(dir).

“Bu Yogaşatik adlı tefsirdir! Kim okursa eziyet görmesin, korkmasın! Onun için bu Yogaşatik Tefsiri’ni yazmaya çalıştık. Hastalıkların ilacını söyleyen kitaptır! Yogaşatik adlı kitap budur! ... Yogaşatik doğru kitaptır. Yüz bir türlü kitap tarafından yüceltilmiş “hakikat kitabı”dır (= çınık bitig). Kim okursa mükâfatını görür!”

Eski Türkler tarafından okunmuş/tanınmış “Yogaşataka Sastra” adlı kitap, yani Eski Türkçe telaffuzundan gelen yazımıyla “Yogaşatik şastır”, Eski Türkçeye çevrilmek suretiyle Türk diline kazandırılmış ve doğrudan ilaç bilgisine odaklanması sebebiyle Türk edebiyatında tespit edilmiş en eski eczacılık kitaplarından. Menşei Sanskrit, yani Eski Hint ayurvedasının teşkil ettiği literatüre dayanır (Yogaşataka Śāstra). Yukarıdaki paragrafta Türkiye Türkçesiyle verilen pasajda, bu kitabın ilk cümleleri yer almaktadır. R. R. Arat, “Zur Heilkunde der Uiguren”ın ikinci kısmında, Berlin’deki Turfan buluntuları koleksiyonu içinde tespit edilen eser metnini tanıtmış, Eski Türk filolojisi çerçevesinde ele almıştır (Berlin, 1932). Burada dikkat çekici nokta, bu tarz kitapların “İndo-Aryan” medikalinin temel esaslarını teşkil etmesi ve tüm Asya’ya Budizm yoluyla yayılarak dolayısıyla Turfan ve civarında bulunan ve Budizm felsefesini/inancını benimsemiş Eski Türkleri tercüme faaliyetleri çerçevesinde etkileyen eserlerden olmalarıdır. Hatta bu etkinin günümüz

Anadolu'sunda, İran'da ve Ortadoğu'da, Türk halklarının kültür coğrafyasına ait her bölgede âmiyane tabirle “kocakarı ilaçları” şeklinde veya moda söylemle “alternatif tedavi-tıp” olarak tabir edilen ilaçlara da sirayet etmiş olması, yakınlık göstermesi veya doğrudan benzemesi boşuna değildir, şüphesiz bu etkileri oluşturan unsurların çoğu birer kültürel miras, eski Türk inançlarından gelen kalıtsal öğelerdir.

Bazı hastalıklar için Uygur metinlerinde ileri sürülen ilaçlama, iyi geldiği bildirilen tedavi yollarına dair örnekler (bazı çözüm önerileri) [Temel alınan tıp metni, T I. D. 120 kodlu eser için ayrıca bkz. Arat, 1930, s. 456, 458], aşağıda orijinal metinle birlikte verilmiştir. Eski Türkçe olarak Uygur harfleriyle yazılmış metin parçası (10 satırlık bir kısmı) Latin harfleri çevirisiyle revize edilerek sunulmuş ve Türkiye Türkçesine aktarılmıştır (Faksimile, ZZ. 79-88):



* *Latin harfleriyle-*

...

1. börining süngükin tilin kurıtıp kal it tartmış
2. kişiğe başınka yaksar, edgü bolur.
3. kayu kişiğe yawız kart ünser nuşadır togragu
4. kurt birle katıp üze yaksar edgü bolur.
5. kan ödkek çüşüm kurug üzüm suwı tangda sayu
6. içürser edgü bolur.
7. köz emi başlatı köz yaruksuz bolup közte telim sowuk yaş
8. aksar ud ötin közke sürtser, köz yaruk bolur.
9. yana em közte isig yaş aksar yig şeker sarıg munga
10. çurnı kılıp ingek yağı birle katıp burunka kodsar edgü bolur.

** Türkiye Türkçesiyle Çevirisi-*

...

1. *Kurdun kemiğini, dilini kurutup kuduz köpek ısırmış*

2. *kişinin başına sürerse, iyi olur.*

3. *Hangi kişide habis (bir) çıban (deri ülseri) çıkarsa tuzlu meyan kökü(nü) kavak*

4. *kurdu ile karıştırıp sürerse iyi olur.*

5. *Kan dolaşımı sorunu için dut ve kuru üzüm suyu her sabah*

6. *içirirse iyi olur.*

7. *Göz ilacı: En başta göz parlaklığını kaybedip gözden fazla soğuk yaş*

8. *akıyorsa, sığır ödünü göze sürerse göz parlaklık kazanır.*

9. *Yine (bir) ilaç: Gözde sıcak yaş akarsa ham şekeri, sarı firavun faresi (kırmızı çöl faresi)*

10. *(ile dövüp kurutup) toz haline getirip inek yağı ile karıştırıp burn(un içine) bırakırsa iyi olur.*

Bilindiği gibi halklar arasında bitkilerden yararlanarak hastalıklara, dertlere şifa arama faaliyetleri insanlığı tarih boyunca meşgul etmiştir, pek tabii olarak eski Türk hekimleri de bu çabalar içinde olmuştur, yoksa Eski Türkçe yazılmış tıp kitapları, metinleri bulunmazdı. Eski Türk metinlerinde görüldüğü üzere, Eski Asya tıbbının yazılı literatüre dayalı temellerini atan ananevi Hint ve tabii Çin tıbbında bitkilerin yanında çeşitli hayvanlardan ve hayvansal ürünlerden (yağ, organ, uzuv veya herhangi bir hayvansal unsurdan) hekimlerin (ya da hekim kisvesine sahip rahip ve rahibelerin) yararlanmaya çalıştıkları, hastalıkları tedavi etmeye çalıştıkları, adeta bir büyüü uygularcasına, bir ritüeli gerçekleştirircesine dinî veya edebî sayılabilecek mistik ve geleneksel bir metotla davrandıkları görülmektedir. Bugünün modern tıbbı için geçersiz olan birçok tedavi usulünün bu kitaplarda yer alması, pek tabii kadim dönemlerde insanların hastalıklar karşısında kaldıkları çaresizlik içinde geliştirdikleri alternatif öneriler gibi görünmektedir. Çağımızda hayvanlardan (yarasa ve pangolin [karıncayiyen] gibi hayvanların bedeninden, etinden vs.) geçen hastalıkların (Sars, Mars, özellikle Covid-19 gibi) arttığı düşünülürse, bugün bu metotların uygulanmasının çözüm getirip getirmeyeceği, hatta başka hastalıklara yol açıp açmayacağı hususu karanlıktır.

Sonuç

Eski kavimleri etkileyen tıp, eczacılık ve diğer sağlık bilgilerinin bilhassa edebiyat yoluyla, özellikle çeviri-tercüme faaliyetleri vasıtasıyla kültürler arasında geçiş yaptığı; çağlar, dönemler arasındaki bilgi alışverişinin; bilim ve birikimin kültürün taşıyıcı elementi olan dil yoluyla gelecek yeni dönemlere,

kuşaklara aktarıldığı görülmektedir. Sonuç olarak, Türk dili ve edebiyatında vücut bulmuş eski eserlere bakıldığında, nesiller ve kültürler arasında, çağlardan çağlara, eski medeniyet dairesinden yenisine, tüm dünyada geçerli olan aynı kaide ve tarzın bulunduğu görülmektedir. Eski ve köklü bir dünya dili olarak Türkçe, yaşadığı her çağda mevcut bilginin, birikimin ve mukaddes olanın aktarılmasında insanlığa hizmet etmiş hakiki bir kültür, bilim ve sanat dili olmuştur. Tabii olarak, mitolojiden astronomiye, müzikten teolojiye; Şabuhrgan'dan İncil'e ve Buda'nın felsefi sutralarına kadar ve hatta burada görüldüğü üzere tıp, eczacılık ve sağlık bilimlerine dair eserlere varana kadar dünya literatüründe iz bırakmış hemen her kitabın/metnin Türkçesi ya da bir Türk tarafından yazılmış/teşkil edilmiş bir şekline, türüne rastlanır.

Referanslar

1. Arat, R. R., (1930), *Zur Heilkunde der Uiguren I*, Verlag der Academie der Wissenschaften, Berlin 1930.
2. Arat, R. R., (1932), *Zur Heilkunde der Uiguren II*, Verlag der Academie der Wissenschaften, Berlin 1932.
3. Berbercan, M. T., (2016), *Eski Türkçe Bayagut Oğlu Otaçı Beg Hikâyesi*, Derin Yayınları, İstanbul 2013.
4. Gabain, A., (1950), *Alttürkische Grammatik*, Hamburg.
5. Gabain, A., *Eski Türkçenin Grameri*, Çev. M. Akalın, TTK Yayınları, Ankara 1988.

**ÖRGÜTSEL SESSİZLİK VE YAŞAM DOYUMU
ARASINDAKİ İLİŞKİ: BİŞKEK YİYECEK İÇECEK
İŞLETMELERİ ÖRNEĞİ**

Doç. Dr. Mehmet Ulutaş

“Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri

Bölümü Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı”

“ORCID: 0000-0002-6838-2506”

GİRİŞ

Örgütlerin ana unsuru olan işgörenler, kuruluşları hakkında bilgi, deneyim ve fıkirlere sahiptir. Ayrıca çalışmalarının tüm aşamalarında birçok sorunla karşılaşırılar. Sorunları bildirmeleri veya sahip oldukları çözümleri ve bilgileri paylaşmaları beklenmesine rağmen, bazen sessiz kalmayı tercih ederler (Karaca, 2013: 38).

Örgütsel sessizlik, bir örgüt iklimi biçiminde tüm organizasyona hakim olup, çalışanların örgütsel faaliyetler ile ilgili olarak katılım sağlamayıp sessizliğe bürünmelerine sebep olabilmektedir. Böyle bir sessizliğin oluşmasında temel faktörler, idarecilerin tavır ve hareketleri, birim yöneticilerinin tutum ve davranışları, organizasyon içi iletişim kanallarının yeterince açık olmamasıdır (Alparslan ve Kayalar, 2012: 145).

Buna göre bu araştırmada örgütsel sessizlik kavramı incelenmiş ve yaşam doyumuna etkileri detaylı bir şekilde ortaya konmuştur.

TEORİ VE HİPOTEZLER

Örgütsel Sessizlik

Felsefe, sosyoloji vb. sosyal bilimlerin birçoğunda daha çok onaylama olarak kabul edilerek ihmal edilen sessizlik olgusu, son zamanlarda fikrin bilerek ve isteyerek esirgenmesi biçiminde bir sorun olarak algılanmaya başlanmıştır (Çakıcı, 2007: 159). İşgörenlerin sessizlik davranışı göstermeleri, daha önceleri uyum göstergesi olarak değerlendirilmekteydi; ancak günümüzde sessizlik, tepki ortaya koyma gösterme ve bir çeşit geri çekilme şeklinde değerlendirilmektedir (Özdemir ve Uğur, 2013: 258).

Olumsuz geri bildirimlerde bulunmaktan kaçınmak suretiyle uygulanan örgütsel sessizlik, örgütsel gelişim ve değişimi engellediği gibi, iş memnuniyeti ve motivasyonunu da azaltabilecektir (Fard ve Karimi, 2015: 226).



Şekil 1: Örgütsel Sessizlik Modeli, (Milliken vd., 2003: 1467)

Milliken vd. (2003), farklı kurumlarda çalışan işgörenlerle yaptıkları görüşmelerin sonucunda, iş ile ilgili konular ve sorunlar ile ilgili olarak sessiz

kalma davranışının işgörenler arasında çok yaygın olduğu kanaatine varmışlardır. Ayrıca, işgörenlerin en fazla sessiz kaldığı konuları şu şekilde tanımlamışlardır; 1) İş arkadaşının ya da yöneticisinin yetkinliğiyle ilgili olumsuz düşünceler, 2) Örgütsel süreçlerle ilgili sorunlar, performans veya iyileştirmeye dair öneriler, 3) Ücretler ve eşit ücret talepleri. İşgörenleri sessiz kalmaya sevk eden belli başlı sebepler ise şu şekilde sıralanmıştır; 1) Negatif, sorunlu bir gibi görülme korkusu, 2) İlişkilere zarar verme korkusu, 3) Genel umutsuzluk hali (Erigüç vd., 2014: 152).

Örgütsel sessizlik kavramı, literatürde “Vroom’un Bekleyiş Teorisi ve Ajzen’in Planlı Davranış Teorisi” üzerine temellendirilebilmektedir. Buna göre, şayet kişiler, fikirlerini açık bir biçimde ifade etmelerinin kendilerini olumlu bir neticeye ulaştırmayacağını düşünüyorlarsa, beklentileri bu yöndeysen, konuşmayı daha az önemli kabul edecek ve sessizleşme yönünde davranış geliştirebileceklerdir (Çakıcı, 2007: 152).

Örgütsel Sessizliğin Boyutları

Örgütsel sessizliğin boyutları aşağıda ele alınmıştır;

Kabullenici Sessizlik (Acquiescent Silence): İşgörenler, örgütlerinde arzu etmedikleri mevcut örgüt koşullarını değiştirme olasılığının bulunmadığını düşünerek herhangi bir sözlü eylemde bulunmayı reddetmeleri halidir (Saygan, 2011: 225).

Savunmacı-Defansif Sessizlik (Defensive Silence): Savunma sessizliği, bireyin alternatifleri tartması ve mevcut şartlar altında kendisi için en güvenli seçenek olarak, sahip olduğu fikir, bilgi ya da düşüncelerini kendine saklamak yönünde bilinçli bir seçim yapmasını içerir (Deniz vd., 2013: 693).

Örgüt Yararına Sessizlik (ProSocial Silence): Örgütsel yararına sessizlik, işgörenlerin, örgütün ya da çalışma arkadaşlarının çıkarları için bilinçli olarak ve aktif bir biçimde sessiz kalması halini ifade etmektedir. Örgütün mahrem bilgilerinin içeride ya da dışarıda ifşa edilmemesi de örgüt yararına sessizlik olarak değerlendirilebilecektir (Tayfun ve Çatır, 2013: 117).

Yaşam Doyumu

Yaşam doyumu, insanların kendi hayatlarını gözden geçirmeleri ve yaşamlarının ne kadar iyi olduğu konusunda bilişsel bir değerlendirme içerisinde olmaları halidir (Diener vd., 1985; Şimşek ve Aktaş, 2016: 124).

Örgütsel Sessizlik ve Yaşam Doyumu İlişkisi

Örgütsel sessizliğe dair alanyazında fazla miktarda çalışma bulunmaktadır. Aşağıda yapılan araştırmalar ve bulguları kısaca anlatılmıştır.

Kahveci ve Demirtaş (2013: 50), Elazığ’da öğretmenler ve okul idarecileri üzerine yaptıkları çalışmada, kadınlardaki örgütsel sessizlik algısının erkeklerden daha yüksek olduğu, altı-on yıl arası kıdeme sahip öğretmen ve idarecilerin

örgütsel sessizlik algısının diğerlerinden daha yüksek olduğu yani kıdemi bir-beş yıl arası olanlar ve onbir yıl üstü olanlara göre daha sessiz kaldıkları sonucuna ulaşmışlardır. Tayfun ve Çatır (2013: 114), Ankara’da sağlık çalışanları üzerine uyguladıkları ampirik çalışmada, örgütsel sessizliğin alt boyutlarından “kabul edilen sessizlik, savunma amaçlı sessizlik, savunma amaçlı seslilik ile performans arasında negatif, örgüt yararına sessizlik ve örgüt yararına seslilik ile hemşirelerin performans algıları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki” tespit etmişlerdir.

Gül ve Özcan (2011: 107), Karaman’da kamu görevlileri üzerine yaptıkları araştırmada, mobbing ve örgütsel sessizliğin nedenleri arasında kabul edilen “yönetmelik ve örgütsel nedenler, işle ilgili konular, tecrübe eksikliği, izolasyon ve ilişkileri zedeleme korkusu arasında pozitif ilişki” bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Erol ve Köroğlu (2013: 45), Ankara’daki konaklama işletmeleri çalışanları üzerine yaptıkları çalışmada, “dönüşümcü liderlik ile örgütsel sessizlik arasında etkileşimli ve tam serbesti tanıyan liderlik ile örgütsel sessizlik arasında pozitif yönde bir ilişki” olduğunu tespit etmişlerdir. Kalay vd. (2014: 1), kamu üniversitelerinde görev yapan akademik ve idari personel üzerine yaptıkları çalışmada, “mobbing ile örgütsel sessizlik ve örgütsel sessizlik ile örgütsel sinizm arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin” bulunduğunu ortaya koymuşlardır.

Yaman ve Ruçlar (2014: 36), Sakarya Üniversitesi akademik personeli üzerine yaptıkları çalışmada, “örgütsel sessizlik algısı ile örgüt kültürü algısı arasında orta düzeyde ve negatif yönde anlamlı bir ilişki” tespit etmişlerdir. Aktaş ve Şimşek (2015: 205), İstanbul’da bir kamu kurumu çalışanları üzerine yaptıkları çalışmada, “işgörenlerin örgütsel sessizlik algıları ile duygusal tükenmişlik ve iş tatmini arasında istatistik olarak anlamlı ilişki” bulunduğunu ifade etmişlerdir. Kılıçlar ve Harbalıoğlu (2014: 328), Antalya’da faaliyet gösteren “beş yıldızlı otel çalışanları üzerine yaptıkları çalışmada, örgütsel sessizlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında negatif yönde zayıf bir ilişki” bulgulamışlardır.

Fard ve Karimi’nin (2015: 219), İsfahan İslam Azad Üniversitesi (Horasgan) çalışanları üzerine yaptıkları çalışmanın bulguları; “örgütsel güvenin örgütsel sessizlik ile negatif ve anlamlı bir ilişkiye sahip olduğunu, örgütsel sessizlik ile iş doyumu ve örgütsel bağlılık arasında negatif ve anlamlı bir ilişki” bulunduğunu göstermiştir. Deniz vd. (2013: 691), “İstanbul’da özel hastane çalışanları üzerine uyguladıkları çalışmada, duygusal bağlılık ile çalışan sessizliği boyutlarından biri olan savunma sessizliği arasında anlamlı ve negatif bir ilişki” tespit etmişlerdir. Aküzüm (2014: 95), Diyarbakır’daki ilköğretim kurumlarında görevli ilköğretim öğretmenleri üzerine yaptığı araştırmada, “öğretmenlerin dağıtımsal, prosedürel ve etkileşimsel adalet algılarının, kabullenici sessizlik ve savunmacı sessizlikle

negatif ilişkisinin yanı sıra, örgüt yararına (pro-social) sessizlikle pozitif ilişkisinin” olduğunu tespit etmiştir.

Demirtaş (2018: 108), Elazığ'da görev yapan öğretmenler ve okul yöneticileri üzerine yaptığı araştırmada, “örgütsel değerlerin örgütsel sessizlik üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu, ayrıca örgütsel sessizliğin duygusal bağlılığı da olumsuz yönde etkilediği” sonucuna ulaşmıştır. Akın ve Ulusoy (2016: 46), Türkiye'de görev yapan akademisyenler üzerine yaptıkları çalışmanın bulguları, “akademisyenlerin sessizlik düzeylerinin orta ve tükenmişlik düzeylerinin düşük olduğunu, ayrıca akademisyenlerin örgütsel sessizlik düzeyleri ile tükenmişlik düzeyleri arasında pozitif bir korelasyon” olduğunu saptamışlardır.

Yukarıdaki araştırma neticeleri değerlendirilmek suretiyle örgütsel sessizlik ve yaşam doyumu ilişkisinin testi için şu hipotezler geliştirilmiştir;

H₁: “Örgütsel sessizlik yaşam doyumu üzerinde bir etkiye sahiptir.”

H_{1a}: “Örgüt yararına sessizlik yaşam doyumu üzerinde bir etkiye sahiptir.”

H_{1b}: “Kabullenici sessizlik yaşam doyumu üzerinde bir etkiye sahiptir.”

H_{1c}: “Savunmacı sessizlik yaşam doyumu üzerinde bir etkiye sahiptir.”

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın Örneklemi

“Veriler, tesadüfi olmayan örneklemeye yöntemlerinden kolayda örneklemeye yöntemiyle Bişkek'teki yiyecek içecek işletmeleri çalışanlarından toplanmıştır. Yönetici ve çalışan düzeyindeki 200 kişiye anket formları elden dağıtılmış ve bunların 186 adedi geri dönmüştür. Geri dönen anket formlarından 12'si, gelişigüzel doldurulması ve işaretlenmemiş soruların çok olması sebebiyle analizlere dahil edilmemiş olup, toplam kullanılan anket formu sayısı 174 olmuştur.”

Tablo 1: “Anket Yapılan İşletmeler Tablosu”

	Kafe ve Restoranlar
1	Çaykana Navat
2	Asorti Buhara
3	Kafe Izyum
4	Ocak Kebap
5	Kafe Relax

Araştırmaya katılanların demografik bilgileri şu şekildedir; “Araştırmaya, 98'i erkek (% 56,3), 76'sı kadın (% 43,7) olmak üzere toplam 174 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılanlar; yaş durumlarına göre % 83,3'ü (145 kişi) 18-35 yaş arası, % 13,8'i (24 kişi) 36-50 yaş arası, % 2,9'u (5 kişi) 50 yaş üstü grupta bulunmaktadır. Araştırmaya katılanların % 72,4'ü (126 kişi) bekar, % 27,6'sı (48 kişi) evlidir. Eğitim durumlarına göre, araştırmaya katılanlar arasında en yüksek

oran % 75,3 (131 kişi) ile üniversite mezunlarına aittir. Üniversite mezunlarını % 13,8 (24 kişi) ile lise mezunları takip etmektedir. Katılımcıların yalnızca % 10,9'u (19 kişi) ilkokul mezunudur. Katılımcıların % 25,9'u (45 kişi) 1 yıldan az; % 44,3'ü (77 kişi) 1-6 yıl arası; % 29,9'u (52 kişi) ise 6 yıldan fazla süredir kurumlarında görevini sürdürmektedir.”

Veri Toplama Aracı

Örgütsel Sessizlik Ölçeği; Araştırmada kullanılan örgütsel sessizlik (organizational silence) ölçeği, Tayfun ve Çatır'ın (2013: 122-123) çalışmasında alınmış olup, orijinal ölçek Dyne vd. (2003: 1386) tarafından geliştirilmiş ve Erdoğan (2011: 102) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. “Ölçek orijinal biçimiyle 27 soru ve 6 boyut üzerinden yapılandırılmıştır. Boyutlar, örgüt yararına sessizlik (pro-social silence) 5 ifade, savunmacı sessizlik (defensive silence) 6 ifade, kabullenici sessizlik (acquiescent silence) 4 ifadeden oluşmaktadır. Anket sorularına verilen cevaplar, 5'li Likert tipi (1: Kesinlikle Katılmıyorum; 2: Katılmıyorum; 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum; 4: Katılıyorum; 5: Kesinlikle Katılıyorum) ölçek vasıtasıyla alınmıştır. Erdoğan (2011: 57), ölçeğin alt boyutlarından örgüt yararına sessizlik için 0,811, savunmacı sessizlik için 0,870, 0,742, kabullenici sessizlik için 0,764 Cronbach Alfa katsayılarına ulaşmıştır.”

Tablo 2: Örgütsel Sessizlik Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

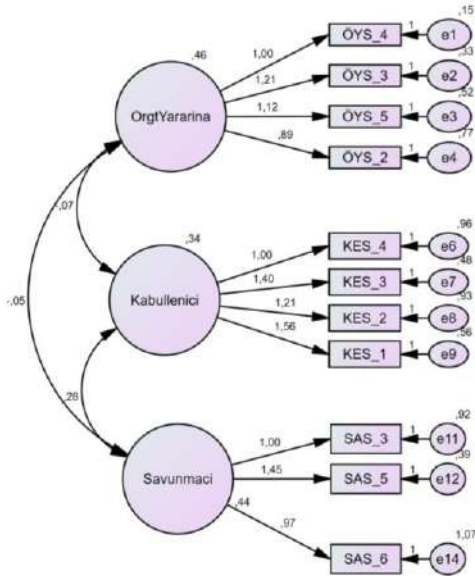
Sorular	Eş Kökenlilik	Faktör Yüğü
“Örgüt Yararına Sessizlik (Prosocial Silence) Faktörü” “Özdeğer: 3,487; Açıklanan Varyans: % 24,908; Ortalama: 4,1046; Güvenirlik: ,810”		
“Kurumumuzdaki işbirliğini korumak için, gizli bilgileri başkalarıyla paylaşmam.”	,719	,847
“Kurumumuzun yararına olduğu için, özel bilgileri başkalarıyla paylaşmam.”	,706	,836
“Kurumumuz adına kaygılarımdan dolayı, gizli bilgileri uygun bir şekilde muhafaza ederim.”	,619	,775
“Kurumumuzun sırlarını açıklamam için bana yapılan baskılara direnirim.”	,533	,726
“Kurumumuza zarar verme ihtimali olan bilgileri açıklamayı reddedim.”	,399	,610
“Kabullenici Sessizlik” (Acquiescent Silence) Faktörü” “Özdeğer: 3,174; Açıklanan Varyans: % 22,670; Ortalama: 2,6221; Güvenirlik: ,756”		
“Kurumumuzda ilgili olmadığımı düşündüğüm konularda öneri sunma konusunda isteksiz olduğum için sessizliği tercih ederim.”	,623	,777
“Kurumumuzda çalışma arkadaşlarımdan doğru kararı alınamabileceklerine inandığım için fikirlerimi söylemem.”	,632	,729

“Kurum içinde fark yaratacak bir fikir ortaya koyabileceğime inanmadığım için, kurumumuzda iyileşme (yenilik, düzelme, ilerleme, kalkınma vb.) ile ilgili fikirlerimi ifade etmem.”	,649	,728
“Kurumumuzda işin gelişimini arttıracaklarını düşündüğümünden, beni ilgilendirmeyen bir konuda fikrimi söylemem.”	,496	,693
“Savunmacı Sessizlik” (Defensive Silence) Faktörü “Özdeğer: 1,252; Açıklanan Varyans: % 8,945; Ortalama: 2,6460; Güvenirlik: ,694”		
“Kendimi korumak için kurumumuzun gelişimi ile ilgili fikirlerimi ifade etmem.”	,585	,728
“Kurumdaki geleceğime dair kaygılarım nedeniyle kendime ait yeni fikirlerimi söylemem.”	,493	,680
“Kurumumuzda korkutulduğum (cezalandırılma, işten çıkarılma, terfi edememe korkusu vb. gibi) için, sorunların çözümlerine ilişkin fikirlerimi ifade etmem.”	,620	,623
“İşimle ilgili gerçekleri kendimi korumak için başkalarıyla paylaşmam.”	,437	,597
“Bazı endişelerimden dolayı, sadece iş arkadaşlarımla fikirlerine katıldığımda kendimi ifade ederim.”	,402	,524

“Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: %80,4; Bartlett’s Küresellik Testi için Ki- Kare: 784,308; df: 91; $p < 0,001$ ”

Örgütsel sessizliğe ilişkin olarak yapılan ilk faktör analizi sonucunda, faktör yüklerinin uygun bileşenlere dağılmadığı görülmüştür. Bu sebeple, faktör yükü uygun bileşenlere dağılmayan, savunmacı sessizlik alt boyutu içerisinde yer alan *“Bana zarar vereceğinden endişelendiğim için, işimle ilgili bilgileri bir başkasıyla paylaşmam”* ifadesi ölçekten çıkarılmıştır.

“Örgüt yararına sessizlik faktörünün öz değeri 3,487’dir ve toplam varyansın %24,908’ini açıklamaktadır. Faktörün güvenirliliği 0,810 olarak tespit edilmiştir. Kabullenici sessizlik faktörünün öz değeri 3,174’dür ve toplam varyansın %22,679’sini açıklamaktadır. Faktörün güvenirliliği 0,756 olarak tespit edilmiştir. Savunmacı sessizlik faktörünün öz değeri 1,252’dir ve toplam varyansın %8,945’ini açıklamaktadır. Faktörün güvenirliliği 0,694 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin Bartlett Testi için ki-kare 784,308 ve p anlamlılık değeri 0,001 olarak gerçekleşmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri 0,804’dür. Test sonucu elde edilen değerler, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.”



Şekil 2: “Örgütsel Sessizlik Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları”

Doğrulayıcı faktör analizinde, estimates değerleri 0,60’ın altında olan örgüt yararına sessizlik alt boyutu içinde yer alan “Kurumumuza zarar verme ihtimali olan bilgileri açıklamayı redderim” ifadesi, savunmacı sessizlik alt boyutunda yer alan “Kendimi korumak için kurumumuzun gelişimi ile ilgili fikirlerimi ifade etmem” ve “İşimle ilgili gerçekleri kendimi korumak için başkalarıyla paylaşmam” ifadeleri de ölçekten çıkarılmıştır.

Ölçeğe ait “uyum iyiliği değerleri” Tablo 3’de gösterilmiştir;

Tablo 3: “Örgütsel Sessizlik Ölçeğinin Uyum İyiliği Değerleri”

Değişkenler	X ²	df	CMIN/ DF ≤5	GFI ≥.85	AGFI ≥.80	CFI ≥.90	NFI ≥.90	TLI ≥.90	RMSEA ≤.08
Örgütsel Sessizlik	40,61	41	0,99	0,95	0,93	1,00	0,93	1,00	0,00

Tablo 3’de görüleceği üzere “örgütsel sessizlik ölçeğinin uyum iyiliği değerleri, kabul edilebilir aralıklar içerisinde” yer almaktadır.

Ölçeğin “güvenirlilik değerleri için yapılan analiz sonucunda elde edilen Cronbach Alpha katsayıları” Tablo 4’deki gibidir;

Tablo 4: “Örgütsel Sessizlik Ölçeğinin Güvenirlilik Analizi Sonuçları”

Faktörler	Güvenirlilik (Alfa)	Soru Sayısı
“Örgüt Yaratına Sessizlik” (Prosocial Silence)	0,819	4
“Kabullenici Sessizlik” (Acquiescent Silence)	0,756	4
“Savunmacı Sessizlik” (Defensive Silence)	0,674	3

Yaşam Doyumu Ölçeği

Araştırmada kullanılan **yaşam doyumu (life satisfaction) ölçeği**, Şimşek ve Aktaş (2016: 127) çalışmasında alınmış olup, orijinal ölçek Diener vd. (1985: 72) tarafından geliştirilmiş ve Şimşek (2011: 140) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Şimşek (2011: 140), ölçeğin güvenirlik katsayısını 0,87 bulurken Şimşek ve Aktaş (2016: 127), çalışmalarında 0,907 olarak tespit etmiştir. Yaşam doyumu ölçeği beş ifadeden oluşmaktadır.

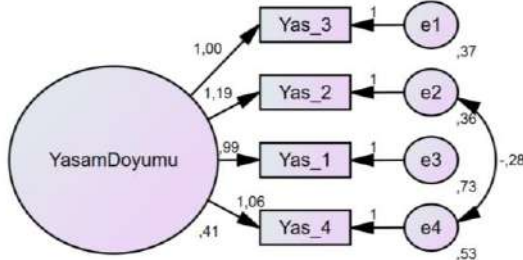
Tablo 5: “Yaşam Doyumu Ölçeğine Ait Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları”

“Sorular “	“Eş Kökenlilik”	“Faktör Yüğü”
“Yaşam Doyumu (Life Satisfaction) Faktörü” “Özdeğer: 2,500; Açıklanan Varyans: % 49,995; Ortalama: 3,8552; Güvenirlik: ,736”		
“Yaşamım pek çok yönüyle idealimi karşılamaktadır.”	,664	,815
“Yaşamımda sahip olmak istediğim önemli şeyleri elde ettim.”	,593	,770
“Yaşamımdan memnunum.”	,524	,724
“Yeniden dünyaya gelseydim yaşamımda hiçbir şeyi değıştirmezdim.”	,443	,666
“Yaşam koşullarım mükemmeldir.	,275	,524

“Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliğı: %68,9; Bartlett’s Küresellik Testi için Ki- Kare: 209,499; df: 10; $p < 0,001$ ”

“Yaşam doyumu ölçeğine ilişkin olarak yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda, faktör yüklerinin uygun biçimde tek bir faktöre yüklendiğı görülmüştür. Buna göre, yaşam doyumu faktörünün öz değeri 2,500’dür ve toplam varyansın %49,995’ini açıklamaktadır. Faktörün güvenirliğı 0,736 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin Bartlett Testi için ki-kare 209,499 ve p anlamlılık değeri 0,001’den küçük olarak gerçekleşmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri 0,689’dur. Test sonucu elde edilen değerler, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.”

Yaşam doyumu ölçeğı için ayrıca “AMOS paket programı” ile “doğrulayıcı faktör analizi” de yapılmıştır. “Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı” tespit edilmiştir.



Şekil 3: “Yaşam Doyumu Ölçeğinin Doğrulamalı Faktör Analizi Sonuçları”
Ölçeğin “uyum iyiliği değerleri” Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6: Yaşam Doyumu Ölçeğinin Uyum İyiliği Değerleri

Değişkenler	X ²	df	CMIN/ DF ≤5	GFI ≥.85	AGFI ≥.80	CFI ≥.90	NFI ≥.90	TLI ≥.90	RMSEA ≤.08
Yaşam Doyumu	0,207	1	0,207	0,99	0,99	1,00	0,99	1,02	0,00

Tablo 6’da görüleceği üzere “yaşam doyumu ölçeğinin uyum iyiliği değerleri, kabul edilebilir aralıklar içerisinde yer almaktadır”.

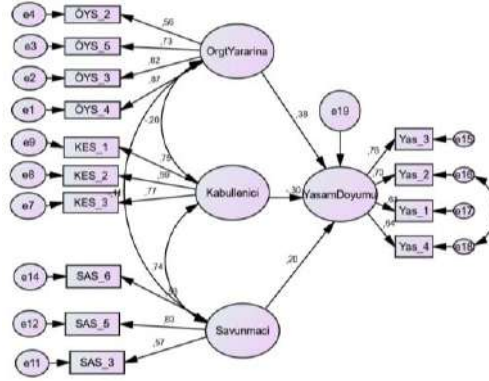
Tablo 7: “Yaşam Doyumu Ölçeğine Ait Cronbach Alpha Güvenirlik Katsayıları”

“Faktörler”	“Güvenirlik (Alfa)”	“Soru Sayısı”
“Yaşam Doyumu” (Life Satisfaction)	0,751	4

BULGULAR VE YORUMLAR

Yol Analizi

Değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit etmek için yapılan “yol analizinde, uyum iyiliği değerlerini kabul edilebilir seviyeye çıkarmak için”, kabullenici sessizlik alt boyutu içerisinde yer alan “*Kurumumuzda ilgili olmadığımı düşündüğüm konularda öneri sunma konusunda isteksiz olduğum için sessizliği tercih ederim*” ifadesi de ölçekten çıkarılmıştır.



Şekil 4: “Örgütsel Sessizlik ve Yaşam Doyumu İlişikisine Ait Yol Analizi”

“Yol analizi uyum iyiliği değerleri” Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8: Yol Analizi Uyum İyiliği Değerleri

Değişkenler	X ²	df	CMIN/ DF ≤5	GFI ≥.85	AGFI ≥.80	CFI ≥.90	NFI ≥.90	TLI ≥.90	IFI ≥.90	RMSE A ≤.08
“Örgütsel Sessizlik- Yaşam Doyumu”	85,2	70	1,21	0,93	0,90	0,98	0,90	0,97	0,98	0,03

Tablo 8’de görüleceği üzere “örgütsel sessizlik ölçeğinin uyum iyiliği değerleri, kabul edilebilir aralıklar içerisinde” yer almaktadır.

“Tablo incelendiğinde görüleceği üzere; χ^2/df değeri, 1,21 olup, literatürde χ^2/df değeri için kabul edilebilir değerler olan 3 ve 5 aralıklarının daha da altındadır. Model’de NFI değeri 0,90 olarak; TLI değeri, 0,97 olarak; IFI değeri, 0,98 olarak; CFI değeri, 0,98 olarak; RMSEA değeri, 0,03 olarak; GFI değeri, 0,93 olarak AGFI değeri, 0,90 olarak tespit edilmiş olup modelin iyi uyuma sahip olduğunu göstermektedir.”

Tablo 9: Modelin Sonuçları

			$\beta 1$	$\beta 2$	S.E.	C.R.	P
“Ölçüm Modeli”							
ÖYS_4	<---	OrgtYararina	0,867	1			
ÖYS_3	<---	OrgtYararina	0,817	1,205	0,1	11,606	***
ÖYS_5	<---	OrgtYararina	0,731	1,132	0,11	10,301	***
ÖYS_2	<---	OrgtYararina	0,559	0,883	0,12	7,456	***
KES_3	<---	Kabullenici	0,77	1			
KES_2	<---	Kabullenici	0,588	0,854	0,13	6,845	***
KES_1	<---	Kabullenici	0,754	1,083	0,13	8,302	***
SAS_3	<---	Savunmaci	0,572	1			
SAS_5	<---	Savunmaci	0,834	1,44	0,23	6,289	***
SAS_6	<---	Savunmaci	0,534	0,975	0,18	5,339	***
Yas_3	<---	YasamDoyumu	0,779	1			
Yas_2	<---	YasamDoyumu	0,726	1,024	0,13	7,65	***
Yas_1	<---	YasamDoyumu	0,61	0,945	0,12	7,594	***
Yas_4	<---	YasamDoyumu	0,645	0,933	0,14	6,857	***
“YEM Yol Analizi”							
YasamDoyumu	<---	Kabullenici	-0,301	-0,251	0,15	-1,716	0,09
YasamDoyumu	<---	Savunmaci	0,199	0,205	0,18	1,162	0,25
YasamDoyumu	<---	OrgtYararina	0,381	0,387	0,09	4,128	***
“$\beta 1$: Standart Katsayılar, $\beta 2$: Standart Olmayan Katsayılar, *** $p < 0,001$”							

SONUÇ

Araştırmanın sonuçları aşağıdaki gibidir;

“**H₁**: *Örgütsel sessizlik yaşam doyumu üzerinde bir etkiye sahiptir*” hipotezi yol diyagramından elde edilen sonuçlara göre kabul edilmektedir

a. Örgüt yararına sessizlik ile yaşam doyumu arasındaki yol katsayısı istatistiksel olarak anlamlıdır ($\beta=0,387$, $p=0,001$). Bu sebeple, “**H_{1a}**: Örgüt yararına sessizlik yaşam doyumu üzerinde bir etkiye sahiptir” alt hipotezi kabul edilmektedir. Ancak bu etki pozitif yöndedir.

b. Kabullenici sessizlik ile yaşam doyumu arasındaki yol katsayısı istatistiksel olarak anlamlıdır ($\beta=-0,251$, $p=0,09$). Bu sebeple, “**H_{1b}**: Kabullenici sessizlik yaşam doyumu üzerinde bir etkiye sahiptir” alt hipotezi kabul edilmektedir. Bu etki negatif yöndedir.

c. Savunmacı sessizlik ile yaşam doyumu arasındaki yol katsayısı istatistiksel olarak anlamlıdır ($\beta=0,205$, $p=0,25$). Bu sebeple, “**H_{1c}**: Savunmacı sessizlik yaşam doyumu üzerinde bir etkiye sahiptir” alt hipotezi kabul edilmektedir. Ancak bu etki pozitif yöndedir.

Çalışma ile işgörenlerin örgütsel sessizlik tutumu ve yaşam doyumu algıları ölçülmüş; aralarındaki ilişki çalışmanın bulguları olarak ayrıntılı bir biçimde ortaya konmuştur. Bulgular, kabullenici sessizliğin artması halinde yaşam doyumunun azalacağını göstermektedir. Öte yandan örgüt yararına olan sessizlik ve savunmacı sessizlik tutumları, yaşam doyumunu olumlu yönde etkilemektedir. Şimşek ve Aktaş (2016: 121), İstanbul’da kamu kurumları üzerinde yaptıkları ampirik bir araştırmanın savunmacı ve kabullenici sessizlik ile yaşam doyumu arasında negatif bir ilişki olduğu yönündeki bulguları, araştırmamızın bulgularıyla benzerlik taşımaktadır.

KAYNAKÇA

1. Akın, U., & Ulusoy, T. (2016). The Relationship between Organizational Silence and Burnout among Academicians: A Research on Universities in Turkey. *International Journal of Higher Education*, 5(2), 46–58. <https://doi.org/10.5430/ijhe.v5n2p46>
2. Aktaş, H., & Şimşek, E. (2015). Bireylerin Örgütsel Sessizlik Tutumlarında İş Doyumu ve Duygusal Tükenmişlik Algılarının Rolü. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(24), 205–230.
3. Aküzüm, C. (2014). The Effect of Perceived Organizational Justice on Teachers' Silence: A Practice in Primary Education Institutions. *International J. Soc. Sci. & Education*, 5(1), 95–107.
4. Alparslan, A. M., & Kayalar, M. (2012). Örgütsel Sessizlik: Sessizlik Davranışları ve Örgütsel ve Bireysel Etkileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(6), 136–147.
5. Çakıcı, A. (2007). Örgütlerde Sessizlik: Sessizliğin Teorik Temelleri ve Dinamikleri. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 145–162.
6. Demirtaş, Z. (2018). The Relationships Between Organizational Values , Job Satisfaction , Organizational Silence and Affective Commitment. *European Journal of Education Studies*, 4(1), 108–125. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1321680>
7. Deniz, N., Noyan, A., & Ertosun, Ö. G. (2013). The Relationship between Employee Silence and Organizational Commitment in a Private Healthcare Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 691–700. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.540>
8. Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75.
9. Dyne, L. Van, Ang, S., & Botero, I. C. (2003). Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice as Multidimensional Constructs. *Journal of Management Studies*, 40(6), 1359–1392.
10. Erdoğan, E. (2011). *Etkili Liderlik Örgütsel Sessizlik ve Performans İlişkisi*. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü.
11. Erigüç, G., Özer, Ö., Turaç, İ. S., & Songur, C. (2014). Organizational Silence among Nurses: A Study of Structural Equation Modeling. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 4(1), 150–162.
12. Erol, G., & Köroğlu, A. (2013). Liderlik Tarzları ve Örgütsel Sessizlik İlişkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(3), 45–64.

13. Fard, P. G., & Karimi, F. (2015). The Relationship between Organizational Trust and Organizational Silence with Job Satisfaction and Organizational Commitment of the Employees of University. *International Education Studies*, 8(11), 219–227. <https://doi.org/10.5539/ies.v8n11p219>
14. Gül, H., & Özcan, N. (2011). Mobbing ve Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişkiler: Karaman İl Özel İdaresinde Görgül Bir Çalışma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 107–134.
15. Kahveci, G., & Demirtaş, Z. (2013). Okul Yöneticisi ve Öğretmenlerin Örgütsel Sessizlik Algıları. *Eğitim ve Bilim*, 38(167).
16. Kalay, F., Oğrak, A., Bal, V., & Nişancı, Z. N. (2014). Mobbing, Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Sinizm İlişkisi: Örnek Bir Uygulama. *Sakarya İktisat Dergisi*, 3(2), 1–18.
17. Karaca, H. (2013). An Exploratory Study On The Impact Of Organizational Silence in An Exploratory Study On The Impact Of Organizational Silence in Hierarchical Organizations: Turkish National Police Case. *European Scientific Journal*, 9(23), 38–50.
18. Karagöz, Y. (2016). *SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
19. Kılıçlar, A., & Harbalıoğlu, M. (2014). Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Antalya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 328–346.
20. Milliken, F. J., Morrison, E. W., & Hewlin, P. F. (2003). An Exploratory Study of Employee Silence: Issues that Employees Don't Communicate Upward and Why*. *Journal of Management Studies*, 40(6), 1453–1476.
21. Özdemir, L., & Uğur, S. S. (2013). Çalışanların Örgütsel Ses ve Sessizlik Algılamalarının Demografik Nitelikler Açısından Değerlendirilmesi: Kamu ve Özel Sektörde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1), 257–281.
22. Sayğan, F. N. (2011). Relationship Between Affective Commitment and Organizational Silence: A Conceptual Discussion. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 3(2), 219–227.
23. Şimşek, E. (2011). *Örgütsel İletişim ve Kişilik Özelliklerinin Yaşam Doyumuna Etkileri*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
24. Şimşek, E., & Aktaş, H. (2016). Örgütsel Sessizlik ile Kişilik ve Yaşam Doyumu Etkileşimi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 121–136.

- 25.Tayfun, A., & Çatır, O. (2013). Örgütsel Sessizlik ve Çalışanların Performansları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 114–134.
- 26.Yaman, E., & Ruçlar, K. (2014). Örgüt Kültürünün Yordayıcısı Olarak Üniversitelerde Örgütsel Sessizlik. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 4(1), 36–50. <https://doi.org/10.5961/jhes.2014.087>

**KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KENDİ
KENDİNE LİDERLİK VE İŞ YAŞAMININ KALİTESİ
ARASINDAKİ İLİŞKİ: BİŞKEK ÖRNEĞİ**

Doç. Dr. Mehmet Ulutaş

*Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri
Bölümü Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı
ORCID: 0000-0002-6838-2506*

GİRİŞ

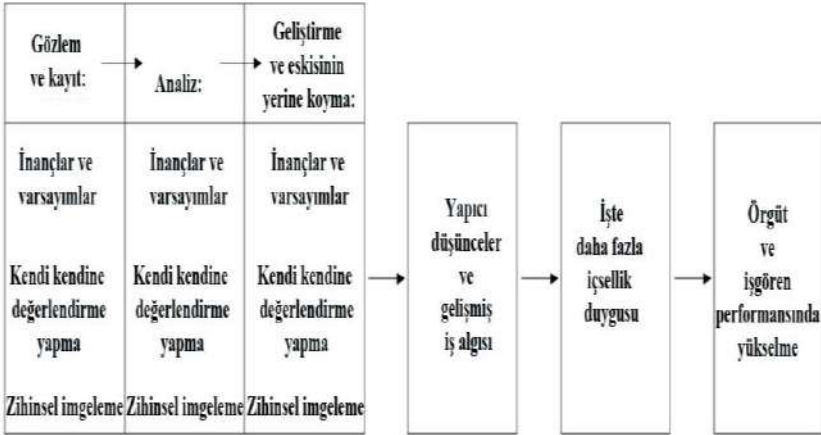
Kendi kendine liderlik, kişilerin kendi içinde motivasyon öğelerini barındıran görevleri yerine getirmenin yanında, yapılması gereken ancak kendi yapısı itibariyle motive edici olmayan görevleri de yerine getirmeye ilişkin kendi kendini etkileme (self-influence) yaklaşımı olarak kavramlaştırılmıştır (Manz, 1986: 589).

Bandura'nın sosyal öğrenme teorisi, kendi kendine liderlik teorisinin temelini oluşturmaktadır (Cohen vd., 1997: 278). Kavram, Manz (1986) vb. kimi araştırmacılar tarafından kendi kendine liderlik (self-leadership) olarak kullanılırken Cohen vd. (1997) gibi kimi araştırmacılar tarafından öz-yönetimsel liderlik (self-management leadership) olarak kullanılmıştır.

Bu çerçevede araştırmada, kendi kendine liderlik konusu işlenerek iş yaşamının kalitesi ile bağlantısı, konaklama işletmeleri üzerine yapılan ampirik araştırmanın bulguları ile ortaya konacaktır.

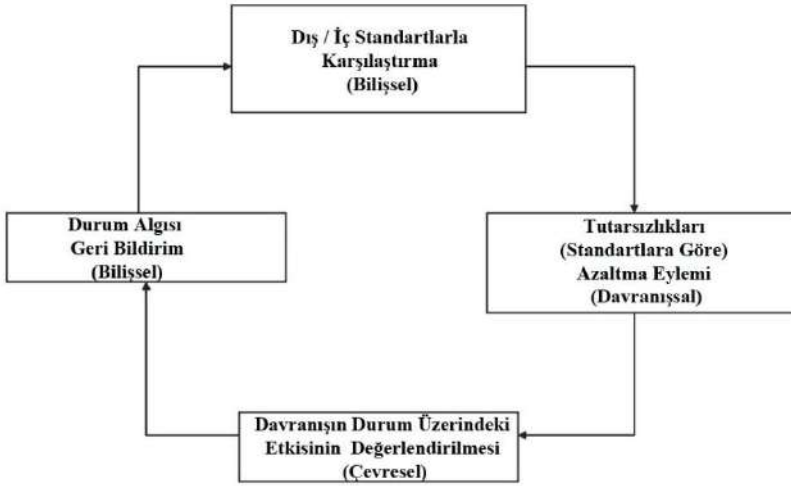
1. Kendi Kendine Liderlik (Self-Leadership)

Kendi kendine liderlik, insanların arzulanan şekilde davranmaları için gerekli olan öz motivasyonlarını (self-motivation) ve öz-yönelimlerini (self-direction) elde etmek için kendileri üzerinde uyguladıkları etkiyi ifade etmektedir (Prussia vd. 1998: 524).



Şekil 1: Kendi Kendine Liderlik Yaklaşımının Düşünsel Yapısı, (Neck ve Milliman, 1994: 13)

Neck ve Milliman (1994: 14), Şekil 1’de görüldüğü şekliyle, kendi kendine liderlik için bir düşünsel yapı geliştirmişlerdir. Buna göre, şeklin sol tarafında gösterildiği gibi, kişinin inançlarını ve varsayımlarını, kendi kendine değerlendirmelerini ve zihinsel imgelemelerini geliştirmek için şu üç adımı uygulayarak kendi kendine liderlik yapmış olacaktır; (1) Mevcut inanç ve varsayımlarını, kendi kendine değerlendirmelerini, zihinsel imgelemelerini ve düşünce kalıplarını gözlemlemek ve kaydetmek, (2) 1. adımda ele alınan inançların, kendi kendine değerlendirmelerin, zihinsel imgelemelerinin ve düşünce kalıplarının işlevselliğini ve yapıcılığını analiz etmek, (3) İşlevsel olmayanların yerine geçecek daha işlevsel ve yapıcı inanç ve varsayımları, kendi kendine değerlendirmeleri, zihinsel imgelemeleri ve düşünce kalıplarını belirlemek ve geliştirmek. Şeklin sağ kısmı, kendi kendine liderlik anlayışının daha yapıcı düşünmeye yol açtığını ve bireysel çalışmayı artırdığını öne sürmektedir. Bunun sonucunda, daha olumlu ve geniş kapsamlı düşünme, işte daha fazla içsellik (spirituality) duygusu ve bireysel ve örgütsel performan artışı ortaya çıkacaktır.



Şekil 2: Kendi Kendine Liderlik Kuramının Teorik Çerçevesi, (Stewart vd. 2011: 187)

Şekil 2’de gösterildiği üzere, kendi kendine liderlik teorisinde, kişi ya da örgüt, öncelikle durumu algılayarak ve mevcut durumunu belirlenmiş standartlarla karşılaştırarak kendi kendini düzenler (self-regulation). Daha sonra, kişi ya da örgütün mevcut durumu ile istenen durum ya da standartlar arasındaki farklar ele alınarak tutarsızlıkların azaltılması davranışı sergilenir. Ardından yeni davranışın

etkisi değerlendirilir. Son olarak ise kendi kendini düzenleme döngüsünü yeniden başlatan bir durum algısına geri bildirim olarak dahil edilir (Stewart vd., 2011: 186).

Bireyler düşünce tarzlarını, zorluklar ve engellere odaklanmaktan, zorluk zamanlarında potansiyel fırsatlara odaklanmak şeklinde dönüştürebilirlerse, arzu ettikleri amaçlara ulaşmalarının önündeki engellerle daha iyi başa çıkabileceklerdir. Yapıcı düşünce modeline sahip bireyler, kendilerine fırsat yaratmak ve fırsatları değerlendirmek için iyimser (optimistic) düşünce kalıplarını kullanmaktadır (Carmeli vd. 2006: 77).

2. İş Yaşamının Kalitesi (The Quality of Work Life)

İş yaşamının kalitesi, insan unsurunun ihmal edildiği ve teknolojik ilerlemelerin öne çıktığı günümüzde, hem insan hem de çevreye vurgu yaptığı için üzerinde durulan konulardan biri olmuştur. İşi, işgören için daha tatminkar bir hale getirme olarak ifade edilebilecek olan kavram, işveren ve işgören arasında karşılıklı bir uzlaşmayı da içeren bir anlama da sahiptir. İş yaşamındaki kalitenin artması, işgören memnuniyetini artırdığı gibi örgütün verimliliğinde de artış anlamına gelebilecektir (Timossi vd., 2008: 3).

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Literatürde, kendi kendine liderlik üzerine yapılan çalışmalar mevcuttur. Prussia vd. (1998: 523), yaptıkları çalışmada, kendi kendine liderlik stratejilerinin öz yeterlik (self-efficacy) üzerine önemli bir etkiye sahip olduğunu ve öz yeterliliğin ise performansı doğrudan etkilediğini ortaya koymuşlardır. Carmeli vd. (2006: 75), yaptıkları çalışmada, kendi kendine liderlik becerilerinin, yenilikçi davranışlar ile pozitif ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Literatürde, iş yaşamının kalitesi üzerine yapılan ampirik araştırmalar da bulunmaktadır. Igbaria vd. (1994: 175), yaptıkları araştırmada yüksek düzeyde işe katılımın, iş yaşamının kalitesi üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Louis (1998: 1) yaptığı çalışmada, iş yaşamı kalitesinin öğretmenlerin bağlılıkları ve yeterlilik (efficacy) duyguları ile güçlü bir şekilde ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Marks vd. (1986: 61) yaptıkları çalışmada kalite çemberleri ile iş yaşam kalitesi arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Literatür taraması doğrultusunda, araştırma için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir;

H₁: Doğal ödül stratejili kendi kendine liderlik tutumu ile işgörenlerin iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{1a}: Doğal ödöl stratejili kendi kendine liderlik ile işğörenlerin işin sosyal önemi bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{1b}: Doğal ödöl stratejili kendi kendine liderlik ile işğörenlerin işyerinde elde ettikleri gelişim fırsatları bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{1c}: Doğal ödöl stratejili kendi kendine liderlik ile işğörenlerin yeterli ve adil ücret bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{1d}: Doğal ödöl stratejili kendi kendine liderlik ile işğörenlerin işyerinde sosyal entegrasyon bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{1e}: Doğal ödöl stratejili kendi kendine liderlik ile işğörenlerin çalışma koşulları bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H₂: Yapıcı düşünce modelli kendi kendine liderlik tutumu ile işğörenlerin iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{2a}: Yapıcı düşünce modelli kendi kendine liderlik ile işğörenlerin işin sosyal önemi bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{2b}: Yapıcı düşünce modelli kendi kendine liderlik ile işğörenlerin işyerinde elde ettikleri gelişim fırsatları bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{2c}: Yapıcı düşünce modelli kendi kendine liderlik ile işğörenlerin yeterli ve adil ücret bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{2d}: Yapıcı düşünce modelli kendi kendine liderlik ile işğörenlerin işyerinde sosyal entegrasyon bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{2e}: Yapıcı düşünce modelli kendi kendine liderlik ile işğörenlerin çalışma koşulları bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H₃: Davranış odaklı kendi kendine liderlik tutumu ile işğörenlerin iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{3a}: Davranış odaklı kendi kendine liderlik ile işğörenlerin işin sosyal önemi bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

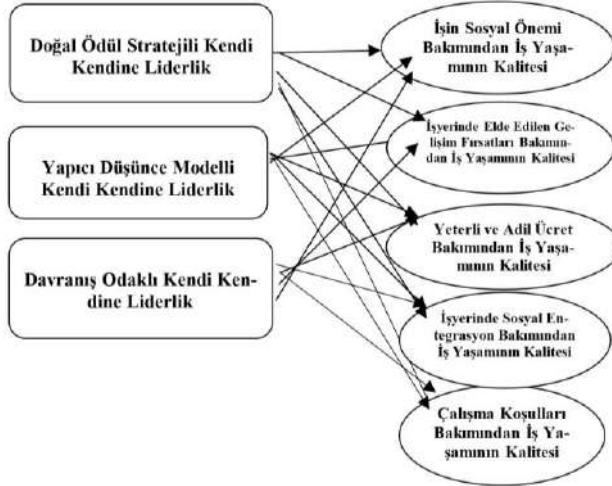
H_{3b}: Davranış odaklı kendi kendine liderlik ile işğörenlerin işyerinde elde edilen gelişim fırsatları bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{3c}: Davranış odaklı kendi kendine liderlik ile işğörenlerin yeterli ve adil ücret bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{3d}: Davranış odaklı kendi kendine liderlik ile işgörenlerin işyerinde sosyal entegrasyon bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_{3e}: Davranış odaklı kendi kendine liderlik ile işgörenlerin çalışma koşulları bakımından iş yaşamlarındaki kalite algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır

Araştırma modeli olarak aşağıdaki gibidir;



Şekil 3: Araştırmanın Modeli: Kendi Kendine Liderlik ile İş Yaşamının Kalitesi Arasındaki İlişki

3.2. “Veri Toplama Aracı”

Araştırmada bir anket formu kullanılmış olup, kullanılan ankette “kendi kendine liderlik” ölçeği sorularına verilen cevaplar, “5’li Likert tipi 1: Kesinlikle Katılmıyorum; 2: Katılmıyorum; 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum; 4: Katılıyorum; 5: Kesinlikle Katılıyorum” ölçek ile; “iş yaşamının kalitesi ölçeği sorularına verilen cevaplar yine “5’li 1: Hiç Memnun Değilim, 2: Memnun Değilim, 3: Ne Memnunum Ne Değilim, 4: Memnunum, 5: Çok Memnunum” ölçek ile alınmıştır.

Araştırmada kullanılan “Kendi Kendine Liderlik” (Self-Leadership) ölçeği, Houghton ve Neck (2002: 682-683) tarafından üç alt boyutlu olarak geliştirilmiş olup, söz konusu ölçeğin Doğan ve Şahin (2008: 162-164) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılmış ve geçerlilik ve güvenilirliği sağlanmıştır.

Araştırmada kullanılan “İş Yaşamının Kalitesi” (Quality of Work Life) ölçeği, Walton (1975) tarafından 8 alt boyutlu olarak geliştirilen “Walton’s QWL model”i, Timossi vd.’nin (2008: 14-17) çalışmasından alınıp Türkçeye uyarlaması yapılarak kullanılmıştır.

3.3. “Evren ve Örneklem”

“Çalışmanın evrenini, Kırgızistan’ın başkenti Bişkek’teki konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Veriler, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemiyle toplanmıştır. Yönetici ve çalışan düzeyindeki 150 kişiye anket formları elden dağıtılmış ve bunların 136 adedi geri dönmüştür. Geri dönen anket formlarından 26’sı, gelişigüzel doldurulması ve işaretlenmemiş soruların çok olması sebebiyle analizlere dahil edilmemiş olup, toplam kullanılan anket formu sayısı 110 olmuştur.”

Tablo 1: “Anket Yapılan Konaklama İşletmeleri Tablosu”

	Konaklama İşletmeleri
1	Bishkek Butik Hotel
2	Orion Hotel
3	Villa Hotel

3.4. Bulgular

3.4.1. “Demografik Bulgular”

Anket çalışmasının katılımcılarının 37’si erkek (% 33,6), 73’ü (% 66,4) kadındır. Yaş gruplarına göre % 96,4’ü (106 kişi) 18-35, % 3,6’sı (4 kişi) 36-50 yaş arası grupta olup, 50 yaş üstü katılımcı söz konusu değildir. Ankete katılanların % 87,3’ü (96 kişi) bekar, % 12,7’si (14 kişi) evlidir. Katılımcıların % 96,4’ü (106 kişi) üniversite mezunu, % 2,7’si (3 kişi) lise, % 0,9’u (1 kişi) ise ilkokul mezunudur. Katılımcıların % 74,5’i (82 kişi) mavi yaka işgören; % 19,1’i (21 kişi) beyaz yaka işgören ve % 6,4’ü (7 kişi) ise yönetici işgörenlerden oluşmaktadır.

3.4.2. “Ölçeklerin Faktör Analizi Sonuçları”

Tablo 2 : “Kendi Kendine Liderlik Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları”

“Sorular”	“Eş Kökenlilik”	“Faktör Yüğü”
Doğal Ödöl Stratejileri Faktörü “Özdeğer: 3,093; Açıklanan Varyans %: 30,927; Ortalama: 4,0409; “Güvenirlik: ,635”		
“İyi davranışları sergilememi sağlayan ortamlarda bulunmaya ve insanlarla bir arada olmaya çalışırım.”	,619	,771
“İşleri yapmanın kendime özgü yollarını bulurum.”	,549	,661
“Eğer imkânım olursa, sadece işin üstesinden gelmekten ziyade, o işi zevk aldığım şekilde yapmaya çalışırım.”	,407	,625
“İşimde, yapmaktan hoşlandığım aktiviteleri arayıp bulurum.”	,412	,616
Yapıcı Düşünce Modeli Stratejileri Faktörü “Özdeğer: 1,781; Açıklanan Varyans %: 17,814; Ortalama: 3,5182; Güvenirlik: ,722”		

“Zor işlerin üstesinden gelmek için bazen kendi kendime (yüksek sesle veya sessizce) konuşurum.”	,709	,829
“Zor bir durum içerisinde olduğum zaman, durumun üstesinden gelebilmek için bazen kendi kendimle (yüksek sesle veya sessizce) konuşurum.”	,688	,795
“Bazen, güç sorunlarla karşılaştığımda, yardımcı olur diye, kendi kendimle (yüksek sesle veya sessizce) konuşurum.”	,589	,740
Davranış Odaklı Stratejiler Faktörü “Özdeğer: 1,008; Açıklanan Varyans %: 10,076; Ortalama: 3,9303; Güvenirlik: ,633”		
“Yapmam gerekenleri kendime hatırlatmak için yazılı notlar (işaretler) kullanırım.”	,616	,777
“İş ve uğraşlarım hakkında bilinçli olarak hedefler oluştururum.”	,650	,750
“Kendi performansım için özel hedefler belirlerim.”	,643	,616

“Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %73,8; Bartlett’s Küresellik Testi için Ki- Kare: 245,540; df: 45; $p < 0,01$ ”

Kendi kendine liderlik değişkenine ilişkin olarak yapılan ilk faktör analizinde faktör yüklerinin uygun bileşenlere dağılmadığı tespit edilmiş ve söz konusu ifadeler ölçekten çıkarılmıştır.

Sonuç itibarıyla, “doğal ödül stratejileri” faktörünün “öz değeri” 3,093’tür ve “toplam varyansın” %30,927’sini açıklamaktadır. Faktörün “güvenirliği” 0,635 olarak tespit edilmiştir. “Yapıcı düşünce modeli stratejileri” faktörünün “öz değeri” 1,781’dir ve “toplam varyansın” %17,81’ini açıklamaktadır. Faktörün “güvenirliği” 0,722 olarak tespit edilmiştir. “Davranış odaklı stratejiler” faktörünün “öz değeri” 1,008’dir ve “toplam varyansın” %10,076’sını açıklamaktadır. Faktörün “güvenirliği” 0,633 olarak tespit edilmiştir.

Ölçeğin “Bartlett Testi için ki-kare” 245,540 ve “p anlamlılık değeri” 0,01’den küçük olarak gerçekleşmiştir. “Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri” 0,738’dir. Buna göre veriler faktör analizi için uygundur.

Tablo 3: “İş Yaşamının Kalitesi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları”

Sorular	“Eş Kökenlilik”	“Faktör Yüğü”
İşin Sosyal Önemi vd. Faktörü “Özdeğer: 10,568; Açıklanan Varyans: %42,270; Ortalama: 3,6057; Güvenirlik: ,904”		
“Şirketinizin topluma verdiği imajdan memnunuz?”	,671	,734
“İşinizin boş zamanlarınız üzerindeki etkisinden ne kadar memnunuz?”	,732	,734

“Şirketinizin içinde bulunduğunuz topluma sağladığı katkılardan memnun musunuz?”	,656	,695
“Şirketinizin çalışanlarına gösterdiği muameleden ne kadar memnunsunuz?”	,619	,694
“İşinizdeki norm ve kurallardan ne kadar memnunsunuz?”	,676	,664
“Çalışma ve dinlenme programınızdan ne kadar memnunsunuz?”	,699	,651
“İş yerinde sizin kişiliğinize saygı duyulması konusunda nasıl hissediyorsunuz?”	,631	,627
“İşinizin aile hayatınız üzerindeki etkisinden ne kadar memnunsunuz?”	,541	,511
İşyerinde Elde Edilen Gelişim Fırsatları Faktörü “Özdeğer: 1,886; Açıklanan Varyans: %7,544; Ortalama: 3,6242; Güvenirlilik: ,861”		
“Sizi profesyonel yapacak gelişme fırsatlarından memnun musunuz?”	,718	,765
“Katıldığınız eğitimlerden ne kadar memnunsunuz?”	,665	,750
“Size verilen çalışma sorumluluğundan memnun musunuz?”	,693	,643
“Yaptığınız görev/iş/aktivitenin öneminden memnun musunuz?”	,571	,595
“Karar alma fırsatları bakımından işinizde sahip olduğunuz özerklikten memnun musunuz?”	,662	,558
“Performans değerlendirmenizden ne kadar memnunsunuz?”	,529	,531
Yeterli ve Adil Ücret Faktörü “Özdeğer: 1,504; Açıklanan Varyans: %6,017; Ortalama: 3,3932; Güvenirlilik: ,825”		
“Şirketinizin size sunduğu ek faydalardan (beslenme, ulaşım, doktor, diş hekimi vb.) ne kadar memnunsunuz?”	,659	,787
“İş arkadaşlarınızın ücretleri ile karşılaştığınızda, ücretinizden ne kadar memnunsunuz?”	,710	,739
“Şirketinizden aldığınız ödüllerden ve sonuçlara katılımdan ne kadar memnunsunuz?”	,702	,691
“Ücretinizden ne kadar memnunsunuz?”	,638	,663
İşyerinde Sosyal Entegrasyon Faktörü “Özdeğer: 1,246; Açıklanan Varyans: %4,985; Ortalama: 3,6758; Güvenirlilik: ,782”		
“Ekibinizin ve meslektaşlarınızın işe bağlılığı ile ilgili olarak nasıl hissediyorsunuz?”	,686	,763
“İşte, iş arkadaşlarınız ve patronunuz ile ilişkileriniz ile ilgili olarak, nasıl hissediyorsunuz?”	,640	,718
“Fikirlerinizi ve tekliflerinizi iş yerinde değerlendiriliyor mu, bundan memnun musunuz?”	,647	,651
Çalışma Koşulları Faktörü		

“Özdeğer: 1,077; Açıklanan Varyans: %4,310; Ortalama: 3,5636; Güvenirlik: ,779”		
“İşinizin size verdiği yorgunluk ile ilgili olarak, kendinizi nasıl hissediyorsunuz?”	,646	,741
“İş yükünüzden ne kadar memnunsunuz?”	,656	,704
“İş yerinizdeki sessizlik düzeyinden ne kadar memnunsunuz?”	,652	,636
“Görevlerinize yaparken kullandığınız teknoloji den ne kadar memnunsunuz?”	,581	,451

“Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %89,9; Bartlett’s Küresellik Testi için Ki- Kare: 1577,551; df: 300; $p < 0,01$ ”

İş yaşamının kalitesi ölçeğine ait faktör analizinde, faktörlerin uygun bileşenlere dağılmadığı tespit edilen ifadeler ölçekte çıkarılmıştır. Ancak buna rağmen orijinal ölçekteki 8 faktörlü yapı yerine 5 faktörlü bir ölçek yapısına ulaşılmıştır. Orijinal ölçekte yer alan “işyerinde kurallara uyma”, “işin yaşamda işgal ettiği alan” ve “işin sosyal önemi” faktörleri, tek bir faktör altına yüklenmişlerdir. Bu sebeple söz konusu üç faktör, “işin sosyal önemi vd.” adı altında tek bir faktör altında değerlendirilmiştir. Ayrıca, orijinal ölçekteki “işyerinde elde edilen gelişim fırsatları” ve “işyerinde emek kapasitesinin kullanımı” faktörleri de yine ısrarla tek bir faktör altında toplanma eğiliminde olmuştur. Bu sebeple ifade çıkarmak yerine söz konusu iki faktör, “işyerinde elde edilen gelişim fırsatları” adı altında tek bir faktör altında değerlendirilmiştir

Sonuç itibarıyla, “işin sosyal önemi vd.” faktörünün “öz değeri” 10,568’dir ve “toplam varyansın” %42,270’sini açıklamaktadır. Faktörün “güvenirliği” 0,904 olarak tespit edilmiştir. “İşyerinde elde edilen gelişim fırsatları” faktörünün “öz değeri” 1,886’dır ve “toplam varyansın” %7,544’ünü açıklamaktadır. Faktörün “güvenirliği” 0,861 olarak tespit edilmiştir. “Yeterli ve adil ücret” faktörünün “öz değeri” 1,504’dür ve toplam varyansın %6,017’sini açıklamaktadır. Faktörün “güvenirliği” 0,825 olarak tespit edilmiştir. “İşyerinde sosyal entegrasyon” faktörünün “öz değeri” 1,246’dır ve “toplam varyansın” %4,985’ini açıklamaktadır. Faktörün “güvenirliği” 0,782 olarak tespit edilmiştir. “Çalışma koşulları” faktörünün “öz değeri” 1,077’dir ve “toplam varyansın” %4,310’unu açıklamaktadır. Faktörün “güvenirliği” 0,779 olarak tespit edilmiştir.

“Bartlett Testi için ki-kare” 1577,551 ve “p anlamlılık değeri” 0,01’den küçük olarak gerçekleşmiştir. “Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri” 0,899’dur. Buna göre veriler faktör analizi için uygundur.

Tablo 4: “Faktörlere Ait Cronbach Alpha Güvenirlik Katsayıları”

“Faktörler”	“Soru Sayısı”	“Güvenirlik (Alfa)”

“İşten Zevk Alma”	8	0,844
“İşe GÜdülenme”	4	0,603
“Çalışma Bağımlılığı”	3	0,633
“Kişisel Başarı”	5	0,714
“Duygusal Tükenme”	7	0,766
“Duyarsızlaşma”	5	0,754

Yukarıda görüldüğü üzere, boyutların alfa katsayıları 0,60’ın üzerindedir.

3.4.3 “Korelasyon ve Regresyon Analizi Sonuçları”

Değişkenler arası ilişkinin tespiti bakımından önce korelasyon analizi yapılmıştır;

Tablo 5: “Korelasyon Analizi”

		“N”	“Ort.”	“Std. Sapma”	“1”	“2”	“3”	“4”	“5”	“6”	“7”	8
1	Doğal Ödül Stratejileri	110	4,0409	,58998	1							
2	Yapıcı Düşünce Modeli Stratejileri	110	3,5182	,95312	,131	1						
3	Davranış Odaklı Stratejiler	110	3,9303	,67592	,460**	,267**	1					
4	İşin Sosyal Önemi vd.	110	3,6057	,80800	,183	,152	,414**	1				
5	İşyerinde Elde Edilen Gelişim Fırsatları	110	3,6242	,76040	,243*	,189*	,436**	,663**	1			
6	Yeterli ve Adil Ücret	110	3,3932	,86699	,095	,271**	,272**	,556**	,564**	1		
7	İşyerinde Sosyal Entegrasyon	110	3,6758	,85725	,091	,214*	,328**	,603**	,587**	,369**	1	
8	Çalışma Koşulları	110	3,5636	,85566	,072	,193*	,310**	,595**	,615**	,522**	,536**	1

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

Ayrıca aralarında korelasyon tespit edilmiş olan değişkenler arasındaki ilişkinin niteliğini saptamak için “doğrusal regresyon analizi” yapılmıştır;

Tablo 6: “Regresyon Analizleri”

“Doğal Ödül Stratejileri ve İşyerinde Elde Edilen Gelişim Fırsatları İlişkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları”						
“Model”	“Standardize Edilmemiş Katsayılar”		“Standardize Edilmiş Katsayılar”	“t”	“Anlam Düzeyi”	
	“B”	“Std. Hata”	Beta			
1	“Sabit”	2,357	,491		4,798	,000
	“Doğal Ödül Stratejileri”	,314	,120	,243	2,607	,010
“Bağımlı Değişken: İşyerinde Elde Edilen Gelişim Fırsatları; R: ,243; R ² : ,059; Düzeltilmiş R ² : ,051; Model İçin F: 6,798, p<0,05”						
“Yapıcı Düşünce Modeli Stratejileri ve İşyerinde Elde Edilen Gelişim Fırsatları İlişkisine Aite Regresyon Analizi Sonuçları”						
1	“Sabit”	3,094	,275		11,264	,000
	“Yapıcı Düşünce Modeli Stratejileri”	,151	,075	,189	1,998	,048
“Bağımlı Değişken: İşyerinde Elde Edilen Gelişim Fırsatları; R: ,189; R ² : ,036; Düzeltilmiş R ² : ,027; Model İçin F: 3,994, p<0,05”						
“Yapıcı Düşünce Modeli Stratejileri ve Yeterli ve Adil Ücret İlişkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları”						
1	(Sabit)	2,525	,307		8,226	,000
	Yapıcı Düşünce Modeli Stratejileri	,247	,084	,271	2,927	,004
“Bağımlı Değişken: Yeterli ve Adil Ücret; R: ,271; R ² : ,074; Düzeltilmiş R ² : ,065; Model İçin F: 8,570, p<0,05”						
“Yapıcı Düşünce Modeli Stratejileri ve İşyerinde Sosyal Entegrasyon İlişkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları”						
1	(Sabit)	2,999	,308		9,736	,000
	Yapıcı Düşünce Modeli Stratejileri	,192	,085	,214	2,274	,025
“Bağımlı Değişken: İşyerinde Sosyal Entegrasyon; R: ,214; R ² : ,046; Düzeltilmiş R ² : ,037; Model İçin F: 5,171, p<0,05”						
“Yapıcı Düşünce Modeli Stratejileri ve Çalışma Koşulları İlişkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları”						
1	(Sabit)	2,955	,309		9,568	,000
	Yapıcı Düşünce	,173	,085	,193	2,040	,044

	Modeli Stratejileri					
“Bağımlı Değişken: Çalışma Koşulları; R: ,193; R ² : ,037; Düzeltilmiş R ² : ,028; Model İçin F: 4,161, p<0,05”						
“Davranış Odaklı Stratejiler ve İşin Sosyal Öneme Ait Regresyon Analizi Sonuçları”						
1	(Sabit)	1,661	,418		3,978	,000
	Davranış Odaklı Stratejiler	,495	,105	,414	4,726	,000
“Bağımlı Değişken: İşin Sosyal Önemi vd.; R: ,414; R ² : ,171; Düzeltilmiş R ² : ,164; Model İçin F: 22,336, p<0,01”						
“Davranış Odaklı Stratejiler ve İşyerinde Elde Edilen Gelişim Fırsatları İlişkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları”						
1	(Sabit)	1,694	,388		4,363	,000
	Davranış Odaklı Stratejiler	,491	,097	,436	5,042	,000
“Bağımlı Değişken: İşyerinde Elde Edilen Gelişim Fırsatları; R: ,436; R ² : ,191; Düzeltilmiş R ² : ,183; Model İçin F: 25,417, p<0,01”						
“Davranış Odaklı Stratejiler ve Yeterli ve Adil Ücret İlişkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları”						
1	(Sabit)	2,024	,474		4,273	,000
	Davranış Odaklı Stratejiler	,348	,119	,272	2,933	,004
“Bağımlı Değişken: Yeterli ve Adil Ücret; R: ,272; R ² : ,074; Düzeltilmiş R ² : ,065; İçin F: 8,600, p<0,05”						
“Davranış Odaklı Stratejiler ve İşyerinde Sosyal Entegrasyon İlişkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları”						
1	(Sabit)	2,039	,460		4,436	,000
	Davranış Odaklı Stratejiler	,416	,115	,328	3,612	,000
“Bağımlı Değişken: İşyerinde Sosyal Entegrasyon; R: ,328; R ² : ,108; Düzeltilmiş R ² : ,100; Model İçin F: 13,049, p<0,01”						
“Davranış Odaklı Stratejiler ve Çalışma Koşulları İlişkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları”						
1	(Sabit)	2,019	,462		4,373	,000
	Davranış Odaklı Stratejiler	,393	,116	,310	3,394	,001
“Bağımlı Değişken: Çalışma Koşulları; R: ,310; R ² : ,096; Düzeltilmiş R ² : ,088; Model İçin F: 11,519, p<0,05”						

Model

SONUÇ

Araştırmada, yapılan korelasyon ve regresyon analizlerinde, “kendi kendine liderlik” ile “iş yaşamının kalitesi” arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Alt boyutları açısından ise aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

1.....
“Doğal ödül stratejileri” ile “iş yaşamının kalitesi” arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir;

a.....K
endi kendine liderlik değişkeninin “doğal ödül stratejileri” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “işin sosyal önemi vd.” alt boyutu arasında anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

b.....K
endi kendine liderlik değişkeninin “doğal ödül stratejileri” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “işyerinde elde edilen gelişim fırsatları” alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. İşgörenlerin “doğal ödül stratejileri” tutumundaki bir birimlik artış, işgörenlerin “işyerinde elde edilen gelişim fırsatları” algısında 0,243 birimlik bir artışa yol açmaktadır.

c.....K
endi kendine liderlik değişkeninin “doğal ödül stratejileri” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “yeterli ve adil ücret” alt boyutu arasında anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

d.....
Kendi kendine liderlik değişkeninin “doğal ödül stratejileri” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “işyerinde sosyal entegrasyon” alt boyutu arasında anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

e.....K
endi kendine liderlik değişkeninin “doğal ödül stratejileri” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “çalışma koşulları” alt boyutu arasında anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

2.....“
Yapıcı düşünce modeli” ile “iş yaşamının kalitesi” arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir;

a.....K
endi kendine liderlik değişkeninin “yapıcı düşünce modeli” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “işin sosyal önemi vd.” alt boyutu arasında anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır .

b.....K
endi kendine liderlik değişkeninin “yapıcı düşünce modeli” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “işyerinde elde edilen gelişim fırsatları” alt

boyutu arasında pozitif yönde anlamlı ve zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. İşgörenlerin “yapıcı düşünce modeli stratejileri” tutumundaki bir birimlik artış, işgörenlerin “işyerinde elde edilen gelişim fırsatları” algısında 0,189 birimlik bir artışa yol açmaktadır.

c. K

endi kendine liderlik değişkeninin “yapıcı düşünce modeli” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “yeterli ve adil ücret” alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı ve zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. İşgörenlerin “yapıcı düşünce modeli stratejileri” tutumundaki bir birimlik artış, işgörenlerin “yeterli ve adil ücret” algısında 0,271 birimlik bir artışa yol açmaktadır.

d. K

endi kendine liderlik değişkeninin “yapıcı düşünce modeli” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “işyerinde sosyal entegrasyon” alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı ve zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. İşgörenlerin “yapıcı düşünce modeli stratejileri” tutumundaki bir birimlik artış, işgörenlerin “işyerinde sosyal entegrasyon” algısında 0,214 birimlik bir artışa yol açmaktadır.

e. K

endi kendine liderlik değişkeninin “yapıcı düşünce modeli” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “çalışma koşulları” alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı ve zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. İşgörenlerin “yapıcı düşünce modeli stratejileri” tutumundaki bir birimlik artış, işgörenlerin “çalışma koşulları” algısında 0,193 birimlik bir artışa yol açmaktadır

3.

“Davranış odaklı stratejiler” ile “iş yaşamının kalitesi” arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir;

a. K

endi kendine liderlik değişkeninin “davranış odaklı stratejiler” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “işin sosyal önemi vd.” alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı ve güçlü bir ilişki tespit edilmiştir. İşgörenlerin “davranış odaklı stratejiler” tutumundaki bir birimlik artış, işgörenlerin “işin sosyal önemi” algısında 0,414 birimlik bir artışa yol açmaktadır.

b. K

endi kendine liderlik değişkeninin “davranış odaklı stratejiler” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “işyerinde elde edilen gelişim fırsatları” alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı ve güçlü bir ilişki tespit edilmiştir. İşgörenlerin “davranış odaklı stratejiler” tutumundaki bir birimlik artış, işgörenlerin “işyerinde elde edilen gelişim fırsatları” algısında 0,436 birimlik bir artışa yol açmaktadır.

c.....K
endi kendine liderlik değişkeninin “davranış odaklı stratejiler” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “yeterli ve adil ücret” alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı ve güçlü bir ilişki tespit edilmiştir. İşgörenlerin “davranış odaklı stratejiler” tutumundaki bir birimlik artış, işgörenlerin “yeterli ve adil ücret” algısında 0,272 birimlik bir artışa yol açmaktadır.

d.....K
endi kendine liderlik değişkeninin “davranış odaklı stratejiler” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “işyerinde sosyal entegrasyon” alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı ve güçlü bir ilişki tespit edilmiştir. İşgörenlerin “davranış odaklı stratejiler” tutumundaki bir birimlik artış, işgörenlerin “işyerinde sosyal entegrasyon” algısında 0,328 birimlik bir artışa yol açmaktadır

e.....K
endi kendine liderlik değişkeninin “davranış odaklı stratejiler” alt boyutu ile iş yaşamının kalitesi değişkeninin “çalışma koşulları” alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı ve güçlü bir ilişki tespit edilmiştir. İşgörenlerin “davranış odaklı stratejiler” tutumundaki bir birimlik artış, işgörenlerin “çalışma koşulları” algısında 0,310 birimlik bir artışa yol açmaktadır.

Çalışma ile işgörenlerin kendi kendine liderlik tutumu ve iş yaşamının kalitesi algıları ölçülmüş; aralarındaki ilişki çalışmanın bulguları olarak ayrıntılı bir biçimde ortaya konmuştur. Bulgular, işgörenlerdeki kendi kendine liderlik tutumlarında artış olması halinde iş yaşamındaki kalite algılarının da artacağını göstermektedir. İşgörenlerin verilen görevleri kendi iç motivasyonlarıyla yerine getirmeleri örgütler için önemli bir fayda sağlayacaktır. Bunların en başında da çalışma yaşındaki kalite artışı gelmektedir. Hem birey hem de örgüt, verimlilikle sağlanacak artışlarla bu sonuçtan birlikte kazançlı çıkacaklardır. Örgütlerin başarılı olmak için kendi kendine motive olan, kendi kendine liderlik yapan işgörenlerin örgütte sayısını artıracak faaliyetlerde bulunması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

1. Carmeli, A., Meitar, R., & Weisberg, J. (2006). Self-leadership skills and innovative behavior. *International Journal of Manpower*, 27(1), 75–90. <https://doi.org/10.1108/01437720610652853>
2. Cohen, S. G., Chang, L., & Jr., G. E. L. (1997). A Hierarchical Construct of Self-Management Leadership and its Relationship to Quality of Work Life and Perceived Work Group Effectiveness. *Personnel Psychology*, 50, 275–308. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1997.tb00909.x>
3. Doğan, S., & Şahin, F. (2008). Kendi Kendine Liderlik Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması, Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 139–164.
4. Houghton, J. D., & Neck, C. P. (2002). The revised Self-Leadership Questionnaire Testing a Hierarchical Factor Structure for Self-Leadership. *Journal of Managerial Psychology*, 17(8), 672–691. <https://doi.org/10.1108/02683940210450484>
5. Igbaria, M., Parasuraman, S., & Badawy, M. K. (1994). Work Experiences , Job Involvement , and Quality of Work Life Among Information Systems Personnel. *MIS Quarterly*, 18(2), 175–201.
6. Louis, K. S. (1998). Effects of Teacher Quality of Work Life in Secondary Schools on Commitment and Sense of Efficacy. *School Effectiveness and School Improvement*, 9(1), 1–27. <https://doi.org/10.1080/0924345980090101>
7. Manz, C. C. (1986). Self-Leadership: Toward an Expanded Theory of Self-Influence Processes in Organizations. *Academy of Management*, 11(3), 585–600.
8. Marks, M. L., Mirvis, P. H., Hackett, E. J., & Grady, J. F. (1986). Employee Participation in a Quality Circle Program : Impact on Quality of Work Life , Productivity , and Absenteeism. *Journal of Applied Psychology*, 71(1), 61–69. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.1.61>
9. Neck, C. P., & Milliman, J. (1994). Thought Self-leadership: Finding Spiritual Fulfilment in Organizational Life. *Journal of Managerial Psychology*, 9(6), 9–16. <https://doi.org/10.1108/02683949410070151>
10. Prussia, G. E., Anderson, J. S., & Manz, C. C. (1998). Self-Leadership and Performance Outcomes : The Mediating Influence of Self-Efficacy. *Journal of Organizational Behavior*, 19(5), 523–538.
11. Stewart, G. L., Courtright, S. H., & Manz, C. C. (2011). Self-Leadership : A

- Multilevel Review. *Journal of Management*, 37(1), 185–222.
<https://doi.org/10.1177/0149206310383911>
12. Timossi, L. da S., Pedroso, B., Francisco, A. C. de, & Pilatti, L. A. (2008). Evaluation of Quality of Work Life: An Adaptation From The Walton's QWL Model. *XIV International Conference On Industrial Engineering And Operations Management, Rio de Janeiro, Brazil, 13 to 16 October*, 1–17.
13. Walton, R. E. (1975). Criteria for Quality of Work Life. In L. E. et al. DAVIS (Ed.), *Quality of Working Life: Problems, Projects and The State of the Art* (pp. 91–104). Macmillian.

**RİTUELİN İCADI
TÜKETİM MALLARI İÇİN KUTLANAN
ÖZEL GÜN VE HAFTALAR**

Merve ÇERÇİ

*Doç.Dr., Marmara Üniversitesi Reklamcılık ve Tanıtım Ana Bilim Dalı,
İstanbul, e mail: merve.cerci@hotmail.com, Orcid: 0000-0002-3638-5243*

Giriş

Markalar kimi zaman toplumda var olan ritüeller üzerinden satışlarını arttırmaya çalışırken kimi zaman da yeni ritüeller icat ederek satış için yeni alanlar bulmaya çalışırlar. Dini bayramlarda özellikle çocuklara yeni kıyafetler satın almak toplumda var olan bir ritüeldir. “5 Şubat Dünya Nutella Günü” ve bu günün kutlanması için Nutella ile en iyi giden yiyecek olarak pankekin belirlenmesi, böylece 5 Şubat gününün üzerine Nutella sürülen pankek yenilerek kutlanması ritüeli ise markalar aracılığı ile tüketim kültürü içinde yaratılmış bir ritüeldir. Bu yaratımın en temel amaçlarından biri ise tüketiciler ile uzun süreli bağ kurmak, sadakat yaratmaktır. Reklamlar ise bu suni bağın taşıyıcısı görevini üstlenmektedir.

Ritüeller bir anlamda yaşam devinimi sağlayan o toplumun ya da çağın insanları tarafından paylaşılan yapma eyleme kalıplarıdır. Kökenini dini öğretilerden alan ritüeller kutsal olanın ne olduğuna dair bilginin tekrar yoluyla o toplumda yerleşmesine yardımcı olurlar. Temellerine dini alan bu hali ile de kutsal olan ritüellerin günümüz kapital egemen düzeninde ise kapitalist değerlere hizmet ettiğini söylemek mümkündür. Kapitalist düzende tüketim mallarına yönelik özel gün ve haftalar markalar tarafından ilan edilerek hedef kitlede yeni satın alma ritüelleri yaratılmaya çalışılmaktadır. Bu yeni ritüelleri hedef kitlesine duyurmakta ve onları bu ritüellere alıştırmakta ise reklamlar aracı olarak kullanılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı tüketim malları için yüzyılın bu çeyreğinde adeta “icat” edilen özel gün ve haftaları reklam ve tüketim kültürü üzerinden tartışmaktır. Bu amaç için öncelikle ülkemizde tüketim malları için kutlanan özel gün ve haftalar tespit edilmiş ve bu özel gün / haftalar ritüel kavramı üzerinden tartışmaya açılmıştır. Bu tartışma sonucunda markaların tüketim mallarını tüketicilerin zihninde ritüel eserler olarak konumlandırmaya çalıştıkları iddia edilebilir. Bu ritüel eserler üzerinden ritüel senaryolar yaratılarak, bu senaryolarda tüketicilere yeni roller verilmeye çalışılmaktadırlar.

Tüketim Aracı Olarak Ritüel

Ritüeller sosyal sembolik davranış biçimleridir (Rook, 1984, s. 279). Aktarılagelmiş olgular olarak kimi zaman sözlü kimi zaman ise uygulamalı olarak karşımıza çıkmaktadırlar (Narmanlıoğlu, 2011, s. 83). Ritüeller hem toplumsal devamlılığı sağlayan hem de kolektif bir şuur oluşturan bu hali ile de toplumsal kimliğin bir parçası olan olgulardır (Karaman, 2010, s. 235). Dinsel kökenlere sahip olsalar da amaçları toplumsal olana hizmet etmektir. Sürekliliği nedeni ile ritüeller günlük, haftalık, yıllık periyodlarla olabileceği gibi kendine özgü olan doğum, evlilik, çocuk sahibi olma, ölüm gibi alanlarda da

gerçekleştirilebilir (Olgun, 2016). Ritüel terimi, geniş ve çeşitli bir insan davranışı alanını ifade etmesi nedeni ile (Rook, 1984, s. 279) dört somut bileşeni barındırmaktadır (Rook, 1985, s. 253):

1. Ritüel eserler
2. Ritüel senaryo
3. Ritüel performans rol(ler)
4. Ritüel seyirci(ler)

Ritüel eserler genellikle bir ritüel ortamda tüketilen veya o ritüel ortamının eşlikçileri olan ürünlerdir. Ritüel olarak tüketilen aşure, ramazan şerbeti gibi yiyecek ve içecekler, mücevher, diplomalar özel günlerde kutlamalarda kullanılan mumlar veya törensel giysiler ritüel eserlere örnektir. Bu ürünler sembolik mesajlara sahip olup ritüele eşlik eden deneyime de katkı sunan unsurlardır (Rook, 1985, s. 253). Ritüel senaryolar tıpkı bilişsel komut dosyaları gibi işlev görmektedir (Robert, 1981). Kimi senaryolar daha rahat uygulanabilir ve değişime açıktır. Bayram ya da yılbaşı yemekleri gibi ritüeller daha rahat senaryolar iken dini ritüeller bu yemek ritüelleri ile karşılaştırılınca daha kodlanmış senaryolar barındırırlar. Ritüellerde yer alan senaryolarda kimlerin görev alacağını kimi zaman çok açıkça belli olduğu durumlar vardır. Düğünlerde sağdıçların yazılı olmasa da neler yapacağı oldukça bellidir. Bunun yanı sıra milli bayramlarda görev alacak kişilerin görevleri net olması için yazılarak bildirilir. Daha önce yer almadığı yazılı olmayan ritüel performans dahil olan kişiler duygusal olarak kendilerinde baskı hissedebilirler (Rook, 1985, s. 253). “Kız isteme merasimi” olarak adlandırılan kadının evlenmek istediği erkeğin ailesi tarafından kadının ailesinden istenmesi ritüelinde, isteme işlemini genellikle erkeğin ailesindeki en yaşlı kişi tarafından gerçekleştirilir. Bu yazılı olmayan bir ritüel roldür. Bir şekilde bu görev ailedeki en yaşlı olmayan kişiden istendiğinde, kişi hangi sözleri söyleyeceği, nasıl davranacağı konusunda kalıpları iyi bilmiyor ise durum o kişi tarafından endişe verici algılanabilir. Ritüel izleyiciler ise gerçekleştirilecek ritüeli izleyen kimi zaman geniş bir kitle ya da aile içinde gerçekleştirilen bir ritüeli izleyen aile bireyleri olabilir (Rook, 1985, s. 253)

Ritüeller kalıp davranışlardır. Bu davranışlar toplumda yeni bir olay ile karşı karşıya kalındığında uygun davranışları bulup bu yeni davranışları uygulama zorunluluğunu ortadan kaldırır (Assmann, 2001, s. 143). Ritüeller ile tüketim sıklıkla iç içe geçerek hayatımızın bir parçası haline gelmişlerdir. Bu süreçte reklamlar kapitalizmin bir aracı olarak tüketim ritüellerine yönelik anlamları hedef kitlesine transfer eder (McCracken, 1986). Lindstrom, (2014) göre “*bir ürünü satın almak bilinçli bir karardan çok ritüel haline gelmiş bir davranıştır*”.

Elbette ki tüketme pratiğinin bir ritüel halinde gerçekleştirilmesi tüketim olgusunun bir pratik olarak insanların yaşamına girmesi ile mümkün olmuştur. Bugünün tüketicileri kimi zaman “ihtiyacı” olmayan mal ya da hizmetleri tekrarlayan bir biçimde neden aldıklarını düşünmeden bile bir ritüel olarak gerçekleştirebilmektedir. Örneğin akıllı telefon üretimi de yapan Apple Markasının telefonları iPhone’lar yaklaşık olarak 300 günde bir yeni model bir akıllı telefonu piyasaya sürmektedir. Bu markanın tüketicileri bu yeni modelleri ellerindeki mevcut telefonlar çalışır durumda olsa bile bir ritüel şeklinde 300 günde bir model yükseltme ritüeli gösterebilmektedir (Çerçi & Tosun, 2021, s. 15). Bu ritüelin temelinde kişilerin benzer tüketim alışkanlıkları olan kişiler ile benzer bir ritüeli paylaşıyor olduğunu hissederek bir özdeşim kurabilmeleri yatmaktadır (Gökaliler, 2016, s. 27). İnsanlar bir anlamda tüketerek bu tüketimi bir ritüel getirerek ait olurlar.

Tüketim Malları İçin Kutlanan Özel Gün ve Haftalar

Bir ritüel olarak özel gün ve haftaların kutlanması kimi zaman bir milletin hafızasını canlı tutmak, o millete şuur aşlamak ya da gelecek ve geçmiş kuşakları perçinlemek kimi zaman ise hekimlik, öğretmenlik gibi bir meslek grubunu yüceltmek için gerçekleştirilir. Tarihte milletleşmenin bir göstergesi olarak ilk kez 14 Temmuz 1790’da Fransa’da “Fransız İhtilali Bayramı” kutlanmaya başlanmıştır (Şentürk, 2021, s. 178). Türkiye’de bayramların kutlanmaya başlanması Millî Mücadele Dönemi’ne sonrasına dayanmaktadır. Öncesinde özellikle de milli bayramların kutlanmamasının temel nedeni Osmanlı’nın imparatorluk yapısı olduğu söylenebilir (Şentürk, 2021, s. 180). Cumhuriyetin kurulmasında sonra ülkemizde kutlanan özel gün ve haftalardan bazıları şunlardır: 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, 1 Mayıs Emek ve Dayanışma Günü, 19 Mayıs Atatürk’ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı, 30 Ağustos Zafer Bayramı, 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı, 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü ayrıca 14 Şubat Sevgililer Günü, Mayıs ve Haziran aylarının ilk pazar günleri ise sırasıyla Anne ve Babalar Günü olarak kutlanmaktadır. Bunların yanı sıra Ramazan ve Kurban Bayramları da ülkemizde dini bayramlar olarak kutlanmaktadır (İletişimbaşkanlığı, 2022).

Kimi zaman baharın gelişini, kimi zaman bir ulusun özgürlük mücadelesini kutlamak amacı ile belirlenen özel gün ve haftalar yüzyılın bu çeyreğinde tüketim malları için de kutlanmaya başlanması milli ya da kutsal hisler eşliğinde kutlanan özel gün ve haftalara ait bu duyguların ürünlere transfer edilerek manevi değerlerin bir anlamda metalaştırılmasına böylece bu değerlerin tüketilebilir hale gelmesine neden olmaktadır (Adorno, 2009). Bu bağlamda hem ülkemizde hem

de çeşitli ülkelerde tüketim malları için kutlanan özel gün haftalar aşağıda derlenmeye çalışılmıştır.

İcat edilmesi Antik Mezopotamya'ya kadar dayanan rujun en çok tercih edilen makyaj malzemesini olduğunu söylemek mümkündür (Wikipedia, Ruj , 2022). Kadınların cinselliği ile ilişkilendirerek onları sözde ön plana çıkarmayı amaçlayan bu makyaj malzemesi Amerikalı kadınların %80'i tarafından düzenli bir şekilde kullanılmakta yine 4 Amerikalı kadından 1 tanesinin ruj sürmeden evden asla çıkmadığı araştırmalar ışığında bilinmektedir (Nationaltoday, 2022). Bu ürüne ait özel bir gün olan 29 Temmuz günü tüm dünyada "Dünya Ruj Günü" olarak kutlanmaktadır.

Kahve günü, Dünya'nın 78 ülkesinde 29 Eylül ile 1 Ekim arasında değişen tarihlerde kutlanmaktadır. Bu gün ilk olarak 1983 yılında Japonya'da kutlanmaya başlanmıştır (Sabah, 2022). Bu gün Amerika Birleşik Devletleri'nde kahve günü yerine "29 Eylül Ulusal Starbucks Günü" adıyla kutlanmaktadır. Bir kahve markası olan Starbucks, Seattle şehrinde başlayarak dünyanın 65 ülkesinde 21.000'in üzerinde mağazasıyla (Starbucks, 2022) bir kahve zinciri haline gelerek ülkede bu güne marka olarak adını vermiştir. Ülkemizde ise hem 29 Eylül Kahve Günü hem de 5 Aralık Türk Kahvesi Günü kutlanmaktadır. Türk kahvesi gününün 5 Aralık tarihinde kutlanmasının sebebi ise 5 Aralık 2010 tarihinde UNESCO tarafından Türk Kahvesi'nin "*İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası*" olarak tanımlanmasıdır (UNESCO, 2022).

Bir anlamda Amerika Birleşik Devletleri'nin mutfağı ile özdeşleşmiş bir yiyecek olan hamburger yine ilk olarak bu ülkede Ulusal Hamburger Günü adıyla kutlanmaya başlanmıştır. Sosyal mecraların etkisi ile Ulusal Hamburger Günü ulusal bir etkinlik olmaktan sıyrılarak her yıl 28 Mayıs tarihinde ülkemiz de dahil olmak üzere birçok ülkede kutlanmaktadır.

25 Ekim tarihinde kutlanan Makarna Günü'nün özel bir gün olarak kutlanması kararı ise ilk kez 1995 yılında gerçekleştirilen 1. Dünya Makarna Kongresi'nde alınmıştır. 2. Dünya Makarna Kongresi'nden (1997) itibaren ise düzenli olarak kutlanmaktadır. 1997 yılından bu yana kutlamalara her yıl bir ülke ev sahipliği yapmaktadır (Gazeteduvar, 2022).

Pankek Günü kutlamaları temelini Pagan bir gelenekten almakta olup Hristiyan inancında da kendine yer edinmiştir. Hristiyan inancında her yıl 2 Şubat ile 9 Mart arasında 40 günlük bir oruç tutma ritüeli bulunmaktadır. Bu ritüel Büyük Perhiz (Lent) olarak adlandırılmaktadır. Tövbe Salı'sı, Büyük Perhiz'in (Lent) ilk günü olan Çarşamba'nın arifesine verilen addır. Tövbe Salı'sı zamanla Avrupa'da Mardi Gras karnavalının gerçekleştiği bir kutlamaya dönüşmüştür. Büyük Perhiz esnasında tüketilmesi yasak olan yumurta ve yağ pankek yapımında kullanılmaya başlanarak bu karnavalda tüketilmeye başlanmıştır

(Wikipedia, Tövbesalı, 2022). Nutella ise 2 ve 9 Mart tarihlerinin arasına denk gelen bir tarihi olan 5 Şubat gününü Dünya Nutella Günü olarak belirlemiştir. Sürülebilir bir çikolata markası olan Nutella Pankek ile yenilebilecek en iyi ürün olarak kendini tüketicilerin zihninde bu günde konumlandırmaktadır.

Her yıl Aralık ayının ikinci Cumartesi günü Dünya Rakı Günü olarak kutlanmaktadır. 2006 yılından bu yana hem Türkiye’de hem de Dünya’da günü kutlanan bu alkollü içecek için 2014 yılında Adana’da Kazancılar Çarşısı’nda beş bin kişilik sokak sofrası kurulmuştur (Yeme-içme, 2019).

İlk olarak Amerika Birleşik Devletleri’nin California eyaletinde 2007 senesinde kutlanan bira günü zamanla dünyanın farklı ülkelerinde Ağustos ayının ilk Cuma gününde kutlanmaya başlanmıştır. Bugün 207, şehir 50 ülke ve 6 kıtada kutlanan bira günü insanların sevdiklerine bira hediye etmesi ya da bir araya gelerek bira üreten kişileri yüceltmesi ile kutlanmaktadır (Wikipedia, Dünya Bira Günü, 2022).

25 Mayıs 2001 yılından bu yana kutlanılan Havlu Günü’nün çıkış noktası bir markaya ait ya da doğrudan havluya yönelik değildir. Havlu günü 2001 yılının 11 Mayıs’ında vefat eden İngiliz yazar Douglas Adams’ı anmak için vefatından 2 hafta sonra kutlanmaya başlayan bir gündür. Havlu ise, Douglas Adams'ın Otostopçunun Galaksi Rehberi eserine bir göndermedir. Adams, Otostopçunun Galaksi Rehberi isimli romanında yıldızlararası seyahat eden bir otostopçusun sahip olması gereken en kullanışlı nesneyi bir havlu olarak belirleyip sebeplerine uzun uzun yer vermiştir (Towelday.org, 2022). Türk bir havlu markası olan Özdilek de çıkış noktası başka olsa da bu günü Dünya Havlu Günü olarak kutlamakta ve bu gün için basılı reklamlar hazırlamaktadır. Bunun yanı sıra Türkiye’de 25 Mayıs’tan ayrı olarak 6 Mart tarihinde de Türk Havlu ve Bornoz Günü kutlanmaktadır (Türkhavlugünü, 2022).

Yazın ilk ayı olan Haziran ayının 10’unda kutlanan Buzlu Çay Günü bir anlamda yazın gelişi ve soğuk ve buzlu bir şeyler içmeye başlanabileceği şeklinde tüketicilerin zihninde konumlandırılmaktadır. 14 Ocak kutlanan Evcil Hayvanını Giydir Günü ise bir kıyafet satın alarak evcil hayvanların giydirilmesi üzerine konumlanmaktadır. Çeşitli markalar tarafından bu güne özel indirimler reklamlar aracılığı ile hedef pazarına duyurulmaktadır. Ayrıca 22 Temmuz Hamak Günü ve 9 Eylül tarihleri de Oyuncak Ayı Günü olarak kutlanmaktadır.

Sonuç ve Tartışma

Tüketim bir kültür olarak yaratılmasından bu yana çeşitli evreler geçirmiş ve bu evrelerde farklıklar ortaya çıkmıştır (Bocock, 2014, s. 52). Bugün evirildiği noktada tüketim kültürü markalarla tüketicileri arasında bağ kurarak uzun vadede onları sadakat duygusu ile kendilerine bağlamayı amaçlamaktadırlar (Tosun,

2017). Bunun temel nedeni ise uzun vadeli sağlam ilişkilerin onlar için daha karlı olmasıdır. Tüketim kültürü düzeni içinde markalar tüketim mallarına yönelik özel gün ve haftalar ilan ederek hedef pazarında yeni satın alma ritüelleri yaratmaya çalışmakta, bu yeni ritüelleri hedef kitesine hem duyurmakta hem de onları bu ritüellere alıştırmakta reklamları kullanmaktadırlar (Luna & Gupta, 2001, s. 50). Bunun yanı sıra yeni bir ritüelin parçası olmadan kimi ürünler hali hazırda var olan bir ritüelin parçası olarak da tüketilmektedirler (Luna & Gupta, 2001, s. 64). Ramazan Bayram'larında baklava şöbiyet gibi şerbetli tatlıların satın alınması yılbaşı ya da sevgililer günlerinde sevdiklerimize hediyeler almak hali hazırda var olan tüketim ritüelleri iken 29 Temmuz Ruj Günü henüz üzerine ritüel rol ve ritüel senaryo oluşturulmamış bir gündür.

Kutlama ritüelleri bağımsızlık mücadelesi, yeni bir rejim ya da kutsal günlerin kutlanması olarak bilinse de yüzyılın bu çeyreğinde bu kutlama günlerine tüketim malları için yaratılan özel gün/haftalar da eklenmiştir. Bir anlamda eski ritüellerin yeni ritüeller ile rol paylaşımı olarak adlandırılabilir olan bu durum kutsal olanın değişimi ile ilgili ip uçları vermektedir. Bağımsızlık mücadelesinin başladığı Mustafa Kemal Atatürk'ün Samsun'a çıkış tarihi olan 19 Mayıs tarihi nasıl kendine yılda bir gün edinmiş ise, bugün bir rujun ya da bir havlunun da kendine bir yıldan yer edindiğini ritüel bir eser (Rook, 1985, s. 253) haline geldiğini görmekteyiz. Bu durum önem verilen, uğruna ritüel oluşturulan değerlerin ne denli değiştiğini ve tüketimin yalnızca maddesel olana karşı değil, manevi değerlerin de metalaştırılarak tüketilebilir hale getirildiğini göstermektedir (Adorno, 2009).

Markalar tarafından belirlenen bu özel gün/haftalar aracılığı ile hem bu tüketimin ne zamanlar yapılacağı hem de hangi ritüel rollerin sergileneceği reklamlar aracılığı ile hedef kitleye öğretilmeye çalışılmaktadır (Gökali, 2016, s. 28) Evcil Hayvanını Giydir Günü, Hamak Günü ya da Oyuncak Ayı Günü gibi her yıl kutlanan bu günlerde tüketiciler ritüel haline dönüşmüş kalıp davranışlar ile bu malları satın almakta, bir grup ile birlikte tüketmekte ya da bu malları hediye etmektedir. Bu günleri tüketen tüketicilerde güçlü tutumlar oluşturulması hedeflenmektedir. Tutumlar biliş, duygu ve davranıştan oluşan olgulardır (M.Ostrom, 1969). Kişilerde kalıcı değişiklik yaratmak için güçlü tutumlar oluşturmak oldukça önemlidir (Shiffman & Kanuk, 2000). Tutumlar davranış, biliş ve duygu alt bileşenlerinin 3'ünde aynı anda bulunduğu durumlarda oldukça güçlü olmaktadır. Dünya Bira Gününde hedef kitlenin hem o güne ait olumlu duygusal tutumlara sahip olmalarını sağlamak amacı ile arkadaşları ile bir araya gelmeleri ritüel rolü oluştururken hem de sevdiklerine o günde bira hediye etmeleri gibi davranışsal da bir tutum oluşturulmaya çalışılmakta ve bu şekilde yaratılan yeni ritüele yönelik güçlü tutumlara sahip olmaları amaçlanmaktadır.

Rook’a göre (1985, s.253) ürünler hem ritüel esere dönüştürülmekte hem bu eserler üzerinden ritüel roller belirlenmektedir.

Ritüeller toplumsal, siyasi ya da bir dini temelli bir olay sırasında ya da sonrasında ortaya çıkmış davranış kalıplarıdır. Bu davranış kalıpları tekrarlanırken bu ritüel senaryonun içinde olan herkes hem nasıl davranılacağı konusunda hem fikirdir hem de duygular bu ritüelin içinde bir anlamda hazır olarak gelir. Bir cenazede herkes nasıl davranılacağını bilir. En yakınlarında daha çok hissedilmek sureti ile üzüntü, yas, hüzn, keder gibi duygular herkes tarafından yaşanır. 30 Ağustos Zafer Bayramın ’da hissedilen duygular cesaret, gurur ve neşedir. Herkes o günü eline bayrak alıp dışarı çıkarak fener alayı izleyip marşlar söyleyerek kutlamak üzerine hemfikirdir. Fakat suni olan ritüeller bu hali ile de alışılmadık bir ritüele katılmaya çağrıldığında belirsizlik, endişe veya utanç ortaya çıkabilir (Rook, 1985, s. 253). Bu durumun örneği “29 Eylül Ulusal Starbucks Günü” kutlamaları için geçerli olabilir. Bu ritüelde belli olan tek şey ilgili markanın içeceğinin satın alınacağıdır. Ritüelin parçası haline getirilenler kahvesini kendileri mi içecekleri yoksa hediye mi edecekleri ya da satın alınan kahveyi o dükkânda mı içmeleri gerektiği yoksa evlerine mi götürmeleri gerektiği ile ilgili hemfikir değildirler. Bu suni gün için ne hissetmeleri gerektiği ile ilgili de yine ortak bir duygu etrafından toplanmamaktadırlar.

Yaratılan bu özel gün ve haftalar hedef pazarlarına reklamlar aracılığı ile duyurulmaktadır. Örneğin bir kozmetik markası olan M.A.C Dünya Ruj Günü’nü bir reklam aracılığı ile duyurmaktadır. Benzer şekilde Pasta Villa Dünya Makarna Günü ya da Kahve Dünyası Dünya Türk Kahvesi için özel afiş hazırlamaktadırlar. Reklam kendi amaçları doğrultusunda hareket eden ekonomik işleve sahip bir unsurdur (Wernick, 1994). Bir unsur olarak toplumsal amaçları kendi eksenine çevirerek kendi yararı çerçevesinde kullanır böylece kendi amaçlarını toplumsal olanın amacıymış gibi dayatabilme kabiliyetine sahip olur (Baudrillard, 1997, s. 83). Özünde markalar tarafından yaratılan tüm bu özel gün ve haftalar her ne kadar toplumsal bir amaç ya da birlik beraberlik gibi toplumsal duygular etrafında şekillendiriliyormuş gibi gözükse de özündeki gerçek bir ürün ya da markanın tanıtımına yarıyor olmasıdır. Herhangi bir önemli tarihe ya da kahramanlık hikayesine dayanmayan bu günlerin temel mantığı o ürün ya da ürün grubuna satış ivmesi kazandırmaktır. Milli ya da dini fark etmeksizin kutlanan özel gün/haftaların tümündeki ortak özellik bu gün/haftaların köklü bir tarihi ve güçlü bir hikayeye sahip olmalarıdır. Ayrıca bu gün ve haftaların hangi tarihten bu yana kutlanıyor olduklarının net oluşudur. Bu durum tüketim malları için bir anlamda yaratılan özel günler için geçerli değildir. Yapılan araştırmalarda bu özel gün/haftaların hangi hikâye sonucu bu mallara verildiği ve de hangi tarihten bu yana kutlanmaya başladıkları ile bilgilere

erişilememekte ya da erişilen bilgiler teyit edilememektedir. Bu durumun temel nedenlerinden biri bir ülke (29 Ekim Cumhuriyet Bayramı) ya da birçok ülke tarafından kutlanan (dünya barış günü, işçi bayramı) özel günlerin o ülke ya da ülkelerde ortak bir yaşanmışlık sonrasında kutlanmaya başlanmasıdır. Ayrıca tüketim mallar için kutlanan özel gün ve haftaların milli olarak kutlanan gün ve haftalardan farklı olarak küresel nitelikte olduğunu da görmekteyiz. Bu durum, yeni tüketim ritüelleri aracılığı ile milletlerin ve şuurların üstünde küresel, bağımsız bir şuur oluşturulmaya çalışıldığını göstermektedir.

Kaynakça

1. Adorno, T. (2009). *Kültür endüstrisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
2. Assmann, J. (2001). *Kültürel Bellek, Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik*. İstanbul : Ayrıntı.
3. Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınlan.
4. Bocock, R. (2014). *Tüketim*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
5. Çerçi, M., & Tosun, N. (2021). Planlı Eskitme Kavramı Bağlamında Tüketici Tutumları. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1-19.
6. Ebru Gökaliler, E. S. (2016). Reklamlar Aracılığıyla Betimlenen Tüketim Ritüelleri ve Marka Sadakati İlişkisi. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 24-46.
7. Gazeteduvar. (2022, Ağustos 12). *Dünya Makarna Günü* . Gazeteduvar: <https://www.gazeteduvar.com.tr/ekonomi/2017/10/24/dunya-makarna-gununde-herkes-icin-makarna-adresinden-alindi>
8. İletişimbaşkanlığı. (2022, 11 30). *Özel gün ve haftalar*. iletişimbaşkanlığı: https://www.iletisim.gov.tr/turkce/pozitif_iletisim_kampanyalari/detaylar/ozel-gunler-haftalar-adresinden-alindi
9. Karaman, K. (2010). Ritüellerin Toplumsal Etkileri. *Karaman, Kasım. "Ritüellerin Toplumsal Etkileri". Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 227-236.
10. Lindstorm, M. (2014). *Buyology: Satın Almaya Dair Bidiğimiz Her Şey Neden Yanlış?* . İstanbul : Optimist Yayınları.
11. Lindstrom, M. (2014). *Buyology: Satın Almaya Dair Bildiğimiz Her Şey Neden Yanlış?* İstanbul: Optimist Yayınları .
12. Luna, D., & Gupta, S. F. (2001). An Integrative Framework for Cross-Cultural Consumer Behavior. *International Marketing Review*, 45-69.
13. M. Ostrom, T. (1969). The relationship between the affective, behavioral, and cognitive components of attitude. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12-30.
14. McCracken, G. (1986). Culture And Consumption: A Theoretical Account Of The Structure And Movement Of The Cultural Meaning Of Consumer Goods. *Journal Of Consumer Research*, 71-84.
15. Narmanlıoğlu, H. (2011). Ritüel İletişimin Biyolojik Nesnesi : Hapşırık . *Kültürlerarası iletişim bağlamında insana dair duygular ve ritüeller* (s. 77-98). içinde Ankara : Nobel .
16. Nationaltoday. (2022, Ağustos 4). *Lipstick*. Nationaltoday: <https://nationaltoday.com/inbox-zero-day/> adresinden alındı.
17. Olgun, H. (2016). İbadet, Ritüel ve Kurban. *Milel ve Nihal* (s. 82-99). içinde

18. Robert, A. P. (1981). Psychological Status of the Script Concept. *American Psychologist*, 715-729.
19. Rook, D. W. (1985). The Ritual Dimension Of Consumer Behavior. *The Journal Of Consumer Research*, 251-264.
20. Rook, D. W. (1984). Ritual Behavior and Consumer Symbolism. *Advances in Consumer Research*, 279-284.
21. Sabah. (2022, Ağustos 9). *Dünya Kahve Günü* . Sabah : <https://www.sabah.com.tr/spor/futbol/2021/10/01/dunya-kahve-gunu-nedir-ne-zaman-kutlanir-dunya-kahve-gunu-nasil-ortaya-cikti?paging=3> adresinden alındı.
22. Shiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*. Saddle River, NJ: Prentice Hall.
23. Starbucks. (2022, Ağustos 9). *Starbucks Tarihçe* . Starbucks: <https://www.starbucks.com.tr/about-us/our-heritage> adresinden alındı.
24. Şentürk, A. (2021). Milletleşmede ve Çağdaşlaşmada Millî Bayram Kutlamalarının Rolü: Isparta Örneği (1925-1940). *SDÜ FEN-EDEBİYAT FAKÜLTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ*, 178-198.
25. Türkhavlugünü. (2022, 11 25). *İcat edilen günler* . Mynet: <https://www.mynet.com/kutlayacak-sey-bulamayinca-icat-edilen-sacma-gunler-190101059885> adresinden alındı.
26. Tosun, N. (2017). *Marka Yönetimi*. İstanbul: Beta.
27. Towelday.org. (2022, 25 11). *Towelday*. Towelday.org: <http://towelday.org> adresinden alındı
28. UNESCO. (2022, Ağustos 9). *UNESCO* . UNESCO : <https://ich.unesco.org/en/decisions/8.COM/8.28> adresinden alındı.
29. Wernick, A. (1994). *Promosyon Kültürü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
30. Wikipedia. (2022, 11 25). *Dünya Bira Günü*. Wikipedia: https://tr.wikipedia.org/wiki/Uluslararası_Bira_Günü adresinden alındı.
31. Wikipedia. (2022, Ağustos 4). *Ruj* . Wkipedia: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Ruj> adresinden alındı
32. Wikipedia. (2022, Ağustos 12). *Tövbesalı*. Wikipedia: https://tr.wikipedia.org/wiki/Tövbe_Salı adresinden alındı.
33. Yeme-içme, D. (2019, 07 13). *Dünya yeme- içme günleri*. Ogün Haber: <https://www.ogunhaber.com/genel/dunya-yeme-icme-gunleri-421412h.html> adresinden alındı.

E-BELEDİYE HİZMETLERİ: FETHİYE BELEDİYESİ ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Mesut Koç

*Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi,
Gölkisar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
ORCID: 0000-0002-0231-747X*

Giriş

Hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri hayatımızın hemen her alanına girmiştir. İnternete ulaşımın kolaylaşması ile yaygınlığı artmış ve eğitimden sağlığa, eğlence hayatından iş hayatına, iletişimden yönetime yeni bir dönüşüm süreci başlamıştır. Dönüşüm süreci ile meydana gelen gelişmelerle toplumun yanı sıra özel sektör işletmeleri gibi kamu kurum ve kuruluşları da etkilenmişlerdir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve günlük hayatta bu teknolojilerin kullanımının artması sonucu vatandaşların devletten beklentileri ve devlete karşı tutumları değişmiş, aynı şekilde devletin hizmet verme araçları da çeşitlenmiş ve yeni uygulamalar ortaya çıkmıştır. E-devlet bunlardan birisidir. E-devlet uygulamaları sayesinde devlet, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak vatandaşlarına daha etkin ve verimli hizmet verebilmekte, çalışanların işlerini hızlandırmakta ve kolaylaştırmakta, maliyetleri düşürebilmekte ve yöneticilere daha etkin ve hızlı karar verme olanakları sunmaktadır. Vatandaşlar, e-devlet ile kamu çalışanlarının ve diğer kamu kurumlarının kamu bilgi ve hizmetlerine internet aracılığıyla daha rahat ve hızlı ulaşmakta ve bu hizmetlerden yararlanmaktadır. Merkezi yönetimler e-devleti geliştirmeye devam ederken, yerel halkın ihtiyaçlarını karşılayan belediyeler internet siteleri ile e-belediye uygulamaları ile aynı amacı gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar.

Ülkemizde en küçük belde belediyelerinden büyük şehir belediyelerine kadar, çoğu belediye kendi resmî web sitesini kurmuştur. Günümüzde, ülkemizin hemen her belediyesinin kendisine ait bir web sayfası mevcuttur, fakat e-belediyecilik kavramının, sadece web sitesini kurmak olmadığı açıktır (Henden ve Henden, 2005: 61). Türkiye’de belediye internet sitelerinin halen bir az da olsa bir kısmı sadece tek yönlü bilgilendirme amaçlı kullanılmaktadır.

Büyükşehir belediyeleri ile birçok il belediyesi sahip oldukları yüksek maddi olanak ve insan kaynakları ile günümüz bilgi teknolojilerini daha hızlı takip etmekte ve e-belediyecilik uygulamalarından etkili şekilde yararlanmaktadır. İstisnaları bulunmakla birlikte, ilçe belediyeleri ve özellikle belde belediyeleri bu alanda yeterli yatırımı yapamamakta ve vatandaşlara daha sınırlı e-belediyecilik hizmeti verebilmektedir. 2022 yılı itibarıyla hala online ödeme hizmeti sunamayan belediyelerin olduğu görülmektedir.

İlçe belediyeleri, büyükşehir belediyelerine göre daha sınırlı imkân ve bütçelerle vatandaşlara hizmet sunmaya çalışmaktadır. Bu çalışmada; Fethiye Belediyesi’nin internet sitesi ve e-belediye uygulaması incelenerek online ödeme olanakları açısından yeterliliği değerlendirilecektir.

1. E-Devlet

1.1. E-Devlet Kavramı

Günümüz yönetim anlayışında gelişen teknolojiye paralel olarak birçok hizmetin farklı araçlarla sunulduğu görülmektedir. Bu araçlardan birisi de cep telefonlarının yaygınlaşmasıyla, her geçen gün artan kullanımı ile öne çıkan e-devlet uygulamalarıdır. E-devlet genel kabul görmüş bir tanıma göre; devlet hizmetlerinin üretim ve sunumunun bilgi teknolojileri kullanılarak gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bir başka ifadeyle, kamunun hizmet verdiği alanlarda bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak vatandaşa yakın, zaman kısıtlaması olmadan, daha ucuz ve verimli çalışan bir yapı sunmasıdır.

E-devlet ilk akla gelebilecek bir değerlendirmede devletin bilgisayarlaşması, web sitesi hazırlayıp bazı bilgileri vatandaşlarla paylaşması değil, devletin çok çeşitli alanlarda verdiği hizmetlerde yüksek seviyede gelişme sağlayabilmek için teknolojiden faydalanmak ve bu yolla siyasetin doğasını ve devlet ile vatandaş arasındaki ilişkilerini geliştirmesidir. E-devlet, kamusal bilgilerin elektronik ortamda yayınlanması şeklinde yalın bir aşamadan, devlet ile ilgili taraflar arasındaki her türlü aktarımın etkileşimli olarak internet üzerinden yapılabilirdiği aşamaya doğru bir geçişi ifade etmektedir (Şahin, 2007).

E-devlet geleneksel devletin devamını öngören bir yaklaşım değil, devletin yapısal ve zihinsel olarak dönüşümünü gerekli kılan bir model olarak kabul görmektedir. E-devlet uygulamalarındaki hızlı yaygınlaşmanın öncelikli sebebi, kamu yönetimlerinin hantallaşmış, etkisiz, karmaşık ve verimsiz bir yapı sunması ve de bu nitelikleriyle kendisini finanse eden yurttaşların gözünde ciddi bir meşruiyet krizi yaşamaya başlamış olmalarıdır. Aşırı büyümüş devlet yapıları ve kamu açıkları, merkezi otorite saplantısı ve bunun yol açtığı yolsuzluk ve israf ekonomileri ile beraber, giderek daha sık karşılaşılan finansal krizlerin de en büyük kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Kamu yönetiminde bilişim ve iletişim teknolojilerinin kullanılması, yönetim açısından daha düşük bir maliyet ve vatandaşlara dönük daha kaliteli hizmet ile sürdürülebilir bir kaynak yönetimi sağlamaktadır. Yurttaşlar açısından da daha az yurttaşlık maliyeti, daha yüksek memnuniyet, daha etkin katılım ve daha fazla güven anlamına gelmektedir (Uçkan, 2003).

E-devlet hizmetleri kamu kurumundan vatandaşa olduğu kadar, kamu kurumları arasında, kamu kurumundan özel sektör kurumlarına veya sivil toplum örgütlerine veya vatandaştan vatandaşa da olabilir. Bir başka ifade ile genel olarak dört ana tarafı kapsamaktadır: vatandaşlar, işletmeler, diğer kamu kurumları veya devletler ve çalışanlar. Devlet ile bu taraflar arasındaki elektronik işlemler ve etkileşimler e-devlet ilişkiler ağını ve e-devletin dört temel bloğunu oluşturmaktadır. Her çeşit bilginin ve verinin, çok az maliyetle ve hızlıca elde

edilebildiği, dağıtılabildiği, bireylerle kurumlar arasındaki mal ve hizmet alma ilişkisinin sanal ortamlarda gerçekleştiği bilişim çağı, geleneksel kamu yönetiminin hizmet üretme ve sunma yöntemleri için de yeni bir anlayış getirmiştir. Elektronik devlet ile ifade edilmek istenen sanal bir devlet değildir. Bilgiyi işleyebilen, üretebilen, depolayan, paylaşan ve paylaşım kültürünün yayılmasını destekleyen, sunduğu hizmetlerde etkinliği ve verimliliği esas alan, kurumsal yapılanmasını ve iş süreçlerini bilişim teknolojilerini kullanarak dönüştürmüş, vatandaş odaklı ve katılımcı bir devlet yapısına vatandaşıyla birlikte bütünsel dönüşümünü ifade etmektedir. Yeniden yapılanma olarak da adlandırılan bu dönüşüm, devletin “hizmet talep eden vatandaş” zihniyetinden “hizmet sunulan vatandaş” anlayışına yöneldiği yeni bir kamu yönetim modelidir (Ergun, 2004).

E-devleti devlette teknolojik olanakların kullanımı olarak görmek doğru olmaz, e-devleti teknolojik olanakların kullanımının yanında insan kaynaklarının, iş süreçlerinin ve hizmet anlayışının değişmesini de içeren bir zihniyet değişimi olarak görmek gerekir (Polat, 2006). E-Devlet anlayışında nihai amaç; kamu yönetiminde etkinlik ve verimliliğin sağlanması, bilgi düzeyi daha yüksek vatandaşlar oluşturmaktır. Yine, herkes için eşit erişim, kaliteli zengin bilgi alışveriş sistemi, geliştirilmiş hizmet kolaylığı, maliyet tasarrufu, üretkenliktir. En önemlisi de devlet kademelerinde rüşvet ve yolsuzlukla mücadele, daha fazla şeffaflık ve kamu birimlerine ulaşmada kolaylık ve rahatlık olduğu söylenebilir.

1. 2. E-Devlet Uygulamaları

Hem hizmeti sunan devlet hem de hizmeti alan vatandaş açısından birçok kolaylık sağlayan e-devlet uygulamasına talep artarken bu alanda yapılan yatırımlarda artmaktadır. Günümüzde, bilişim sistemleri alt yapısını oluşturmuş ülkeler e-devlet uygulamaları konusunda büyük mesafeler almıştır. Literatürde birçok kaynakta vurgulandığı üzere, e-devlet uygulamalarının başlangıcına yerel çaplı uygulamalar öncülük etmiş ve buradan yaygınlaşmıştır. Gelişmiş ülkelerde başlayan e-devlet uygulamaları farklılıklar gösterse de tüm dünyada hızla artmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, bilgi ve iletişim teknolojileri ile e-devlet alanında dünyadaki öncü ülkelerden birisi olarak bilinmektedir. Bürokrasi merkezli değil, vatandaş odaklı devlet, sonuç odaklı devlet ve yenilikleri destekleyen pazar odaklı devlet; ABD’nin e-devlet stratejilerini kurduğu üç temeldir (Demirel, 2006). Bu alanda öncü ülkelerden birisi de Finlandiya’dır. Demirel Finlandiya’da bu alanda önemli gelişmeler kaydetmiş bulunduğu dikkat çekmekte ve Finlandiya’nın aynı zamanda e-devletin gereği olan rekabetçi bir toplum oluşturma konusunda başarı sağladığını söylemektedir. Bu başarı ulusal karakteristiklere dayandırılmaktadır. İyi gelişmiş bilgi altyapısı, yüksek nitelikli iş gücü, etkin politika uygulamaları, uzmanlaşmış bilgi iletişim

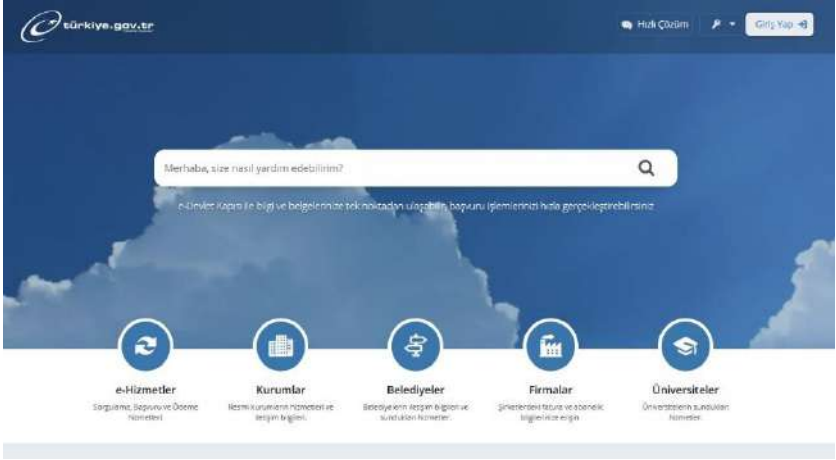
teknolojileri (BİT) uygulamalarının kullanılmasına olanak vermektedir (Demirel, 2006).

Birçok gelişmiş ülkenin yanı sıra gelişmekte olan ülkelerde de e-devlet uygulamalarına büyük önem verilmektedir. Fakat gelişmekte olan ülkelerle gelişmiş ülkelerin e-devlet uygulamaları arasında amaç farklılıkları görülebilmektedir. Örneğin, gelişmekte olan bir ülkede başlatılan e-devlet girişiminde amaç yolsuzluğu önleme ya da mevcut bürokratik süreçlerdeki reforma yoğunlaşmadır. Gelişmiş ülkelerde ise devletler/eyaletler arası rekabette öne çıkmak, devletin halkına yüksek teknoloji bir hizmet verme ya da imaj verme amaçlarıyla e-devlet girişimlerini yönlendirmektedir (Demirel, 2006). E-devlet uygulamalarında devletlerin ana hedefler birbirlerinden zaman zaman farklılık gösterse de temel amaç küreselleşen dünyada bilgi toplumunun gerektirdiği altyapıyı kurmak ve buna devleti dâhil etmektir. Ülkeler kalkınma politikalarına e-devlet modelini hızla oturtmadıkları takdirde, bilgi yoksulluğuna ve ekonomik fakirliğe de mahkûm olacaklardır. Bu döngüyü kırmak için bazı ülkeler güçlü bir siyasi irade gösterip e-devlet olma hedefini kalkınma politikalarının en başına koyabilmişlerdir. Buna en güzel örnek Singapur'dur. Singapur, 1980 yılında Ulusal Bilgisayarlaşma Komitesi'ni kurarak, sistematik ve planlı bir biçimde bilişim teknolojilerini ülke içinde yaygınlaştırmıştır. Kurulan komite, beş yıllık bir plan yaparak ülkenin her kesimini bilgisayar kullanımına özendirmiş ve eğitmiştir (Kuran, 2005). Günümüzde ise artık hemen hemen tüm ülkelerde hizmetlerin büyük bir bölümü internet sitesi üzerinden sunulmakta, cep telefonu uygulamaları ile desteklenmektedir.

1.3. Türkiye’de E-Devlet

Türkiye, dünyada olduğu gibi, bilgi ve iletişim imkânlarını kullanarak e-devlet hizmetlerini sunmaktadır. Bu anlamda teknolojiye daha fazla yararlanıp, etkinliği artırıcı, maliyetleri azaltıcı, iş süreçlerini kısaltıp, vatandaşa kolaylık sağlayacak pek çok proje ve uygulama bulunmaktadır. E-devlete yönelik olarak kamu kurum ve kuruluşlarının yapmış uygulamalar, E-devlet Kapısı başlığıyla, www.turkiye.gov.tr adresinde toplanmıştır.

Görsel 2. E-devlet Kapısı adı verilen E-devlet Uygulaması



“E-devlet kapısı devletin kısa yolu” başlığıyla sunulan e-devlet uygulamasında; sorgulama, başvuru ve ödem hizmetlerinin yer aldığı e-hizmetler, resmî kurumların hizmetleri ve iletişim bilgilerinin yer aldığı kurumlar, belediyelerin iletişim bilgileri ve sundukları hizmetlerin yer aldığı belediyeler, şirketlerdeki fatura ve abonelik bilgilerine erişim sağlanabilecek firmalar ve üniversitelerin sunduğu hizmetlere ulaşılacak üniversiteler bölümleri bulunmaktadır.

E-devlet uygulamasında en çok kullanılan hizmetlere ana sayfadan erişim sağlanabilmektedir. 2022 yılında en çok kullanılan hizmetlerin sırasıyla; Sosyal Güvenlik Kurumu SGK Tescil ve Hizmet Dökümü, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Sosyal Yardım Bilgileri Sorgulaması, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Sosyal Yardım Başvurusu, Gençlik ve Spor Bakanlığı Burs/Öğrenim Kredisi Başvurusu ve sorgulaması, Sosyal Güvenlik Kurumu, Normal Şartlarda Ne Zaman Emekli Olabilirim, PTT Kurum Sorgulamaları, Gelir İdaresi Başkanlığı Vergi Borcu Sorgulama, Adalet Bakanlığı Dava Dosyası Sorgulama ve Türkiye Noterler Birliği Adıma Tescilli Araç Sorgulama sayfaları olduğu görülmüştür.

E-devlet üzerinde Aralık 2022 itibarıyla 61568313 kayıtlı kullanıcı, 6729 hizmet, 3853 mobil hizmet ve 937 kurumun yer aldığı görülmüştür (E-devlet Kapısı, 14.12.2022).

2. E-Belediye

2.1. E-Belediye Kavramı

Belediyenin belediye hizmet yerinde verdiği hizmetleri aynı zamanda internet üzerinden çevrimiçi olarak da sunmasıdır. Belediyenin internet sitesine giren vatandaşın, belediye hakkında istediği bilgiye ulaşması, verilen kararları görmesi, planlanan projeler hakkında bilgi alması, belediyede gerçekleştireceği ödeme işlemlerini yapması, öneri, talep ve şikâyetlerini iletebilmesidir. Diğer bir ifadeyle, e-belediye, zaman ve mekân sınırı olmadan belediyenin internet üzerinden sunduğu hizmetlere erişimdir. Örneğin; beyan vermek, vergi borcunu, su tahakkuk bilgilerini öğrenmek ve ödemek, ihaleler hakkında bilgi almak gibi. E-Belediye sadece internet üzerinde bir web sitesinin faaliyete geçmesi değil bütünsel bir dönüşüm hareketidir. Bu dönüşüm hareketinin merkezinde belediye bünyesindeki tüm bölüm ve daire başkanlıklarının enformasyon teknolojileri ile bütünleştirilmeleri yer almaktadır. E-Belediye çalışmalarının başarısı, belediyenin bütün birimlerinde teknoloji kültürünün özümsemesi, çalışanlar ve bölümler tarafından sahiplenilmesinden geçmektedir. Belediye için gerekli yazılım ve donanım ihtiyaçlarının temini, vatandaş ve işletmelerle internet üzerinden etkileşimin sağlanabilmesi, kamu bilgi işlem teknolojilerinin etkin bir biçimde kullanılması, personelin yeni duruma adaptasyonu ve eğitim gereksinimlerinin karşılanması, hukuki ve teknik altyapıların yeniden planlanması, belediyecilik yasa ve düzenlemelerinin değişimi yani e-belediye içeriğinin belirlenmesi gerekmektedir.

2.2. E-Belediye Uygulamaları

Kamu ve özel sektör alanında yoğun bir uygulama alanı bulan bilgi ve iletişim araçları çağdaş yönetim anlayışının gereği olan bilgi sistemleri, yerel yönetimler açısından da vazgeçilmez bir konumda bulunmaktadır. Yerel yönetimler, devlet ile vatandaş arasında bir köprü işlevi görmektedir. Yerel yönetimlerin, halka hizmet anlayışının yanı sıra ülke kalkınmasında da önemli ve zor görevleri vardır. Diğer devlet birimlerinde otomasyon, teknolojiye uygun yapılanma, kendini yenileme gibi uygulamalar, vatandaşın işlemlerini kolaylaştırmakla beraber, daha çok kurumun kendisine fayda sağlamaktadır.

Yerel yönetimlerde ise durum farklıdır. Her türlü yenilik, gelişim ve teknolojik yatırım, vatandaşa doğrudan yansımaktadır. Vatandaşlar belediye birimleri ve yöneticileri ile direkt olarak e-posta ya da çevrimiçi sohbet programları üzerinden de iletişime geçerek yerel yönetim sürecine katılımda bulunabilmektedir. Diğer yandan, belediyelerin mobil uygulamaları, vatandaşların belediye web siteleri üzerinden sunulan bilgi ve hizmetlere daha kolay bir şekilde erişebilmesini ve belediye etkileşimini arttırarak yönetime daha aktif katılım gösterebilme imkânı sağlamıştır. Ayrıca, pandemi ya da doğal afet

gibi olağanüstü durumlarda vatandaş, sivil toplum, özel sektör ve kamu kurumlarının dayanışmasını, iş birliğini ve bilgi ve kaynak paylaşımını arttırmak amacıyla bu tür mobil uygulamalar ve web siteleri yerel yönetimlerce sıkça kullanılmaktadır. Özellikle anlık, güncel ve doğru bilgi paylaşımına en çok ihtiyaç duyulan olağanüstü durumlarda, bu tür elektronik katılım yöntemleri çok sayıda kişi tarafından kullanılabilmekte ve hem vatandaşlara hem de yerel yöneticilere önemli bir avantajlar sağlamaktadır (Saylam, 2021). Sonuç olarak vatandaşların işleri çok yönlü olarak kolaylaşmaktadır.

Belediyelerin kültürel, sanatsal, toplumsal faaliyetleri ve proje ve programlarına yönelik bilgiler, gelişmeler ve kararlar da sıkça bu web siteleri üzerinden paylaşılmaktadır. Bunlara ek olarak, yerel yönetim bütçe harcamalarıyla ilgili raporlar ve istatistikler web siteler üzerinden yayımlanabilmektedir. Böylece şeffaflık ve hesap verebilirlik hedeflerine bilgi ve iletişim teknolojileriyle katkı sağlanabilmektedir (Saylam, 2021). E-Belediye uygulamalarını; kent bilgi sistemleri, belediye internet siteleri altında iki kategoriye ayırmak mümkündür.

2.3. Dünyada ve Türkiye’de E-Belediye

E-devlet uygulamalarında gözle görülür bir gelişme kaydeden ülkelerde e-devlet uygulamalarının yerel yönetimlerle uyumlu olduğu ve birlikte yürütüldüğü görülmektedir. Dünyada ABD, İngiltere’de, İsveç, Hollanda ve Danimarka’da e-belediyecilik konusunda önemli mesafeler almıştır. Şahin’in aktardığına göre (Şahin, 2007); West’in 2005 yaz dönemi boyunca 198 farklı ülkede toplam 1797 hükümet web sayfası üzerinde yaptığı araştırmada (West, 2005: 3–11), hükümet web sayfalarının sadece %19’nun tam olarak çevrimiçi çalışabildiği görülmektedir. Yine aynı araştırmaya göre e-devlet performansı açısından bölgesel olarak temel farklılıklar söz konusudur. Bölgesel gelişmişlik noktasında en üst seviyede Kuzey Amerika yer almaktadır. Daha sonra sırasıyla Asya, Batı Avrupa, Pasifik Okyanus Adaları, Orta Doğu, Doğu Avrupa, Güney Amerika, Rusya, Orta Asya, Orta Amerika ve Afrika gelmektedir. West’in araştırmasında en yüksek seviyeden en düşük seviyeye göre ülkelerin e-devlet konusundaki derecelendirmesinde ise Türkiye 27,7 puanla 70. sırada yer almaktadır. Dünya Ekonomik Forumu’nun, Küresel Bilgi Teknolojisi Raporunda (2003–2004) ülkeler bilgi toplumuna geçişe hazır olma noktasında bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. 102 ülke arasında ilk üçe ABD, Singapur ve Finlandiya yerleşirken Türkiye 56. sırada yer almıştır. Aynı raporda Türkiye Avrupa Birliği’ne aday ülkeler ve AB ülkeleri ile karşılaştırılmaktadır. Örneğin 2003 verilerine göre abone yaygınlık oranı aday ülkelerde %32,8, Birlik üyesi ülkelerde %55,8 ve Türkiye’de ise bu oran %26,3’tür (OECD, 2004: 3).

Türkiye’de belediyeler yapı itibariyle farklılıklar göstermektedir. Büyükşehir Belediyesi, il belediyesi, ilçe ya da belde belediyesi olmanın yanında, bulundukları konuma ve koşullara göre birbirlerinden ayrılırlar. Ticari bir merkezi barındırmaları, tarihi yerlerde olmaları, turizm bölgesinde bulunmaları gibi birçok unsur bu farklılıklarda etkindir. Belediyelerin bu durumu e-belediye uygulamalarına da yansımaktadır. Büyük bir turizm kentinin, mali yapısı güçlü belde belediyesi birçok il ya da ilçe belediyesinin henüz gerçekleştiremediği e-belediye uygulamalarını başlatmış ve belli bir mesafe almış olabiliyor.

E-belediye ile ilgili çalışmalarda ülkenin idari yapısı içerisinde belediyelerin konumları, koşulları, öncelikleri ve mali kaynakları bulundukları bölgeler ve örgütsel büyüklükleri dikkate alınmalıdır. Genel olarak hem dünya ülkelerinde ve hem de Türkiye’de belli bir örgütsel büyüklüğe sahip, yeterli mali kaynağı, uzman personeli olan ve yeterli teknik altyapıya sahip belediyelerin e-devlet uygulamalarında belli bir mesafe kat ettikleri ifade edilmektedir.

Türkiye’de üniversitelerin ilgili bölümleri, merkezi yönetimin çeşitli kurum ve kuruluşları, e-yerel yönetim inşası çerçevesinde sayılabilecek çeşitli çalışmalar yapmakta ve yapmaya devam etmektedir. Yerel yönetimler sisteminde ve merkezi- yerel yönetim ilişkileri ekseninde birbirinden ayrı atılan adımların ve edinilen deneyimin, öncelikle ortak bir iletişim havuzunda toplanması ve daha sonra bu çalışmalar arasında eşgüdüm sağlanması gerekliliği ortadadır. Bu anlamda devlet destekli YerelNet (2001) ve YerelBilgi (2003) iki önemli proje olarak uygulanmış ancak daha sonra sonlandırılmıştır. İçişleri Bakanlığı “tüm belediyelerin ortak platformu e-belediye” sloganıyla e-belediye bilgi sistemi oluşturmuştur. Belediyelerin tek veri tabanında ortak bir altyapıda, standart yazılımlarla tüm iş ve işlem süreçlerini elektronik ortamda yapabilmelerini ve yerel hizmetlerin elektronik ortamda vatandaşlara sunulmasını sağlamak amacıyla yapılan proje resmi internet sitesi üzerinden hizmet vermektedir (E-belediye bilgi sistemi, www.belediye.gov.tr, Aralık, 2022).

Türkiye’de ki e-belediyeciliği araştıran bir yüksek lisans tezinde (Fıstıkçıoğlu, 2007) e-belediyecilik uygulamalarının incelendiğinde belediyelerin çoğunun henüz, e-devlet aşamasının birinci aşama olan bilgi aşamasında oldukları bazı belediyelerin bir takım hizmetlerde ikinci aşama olan genişletilmiş bilgi yayımı aşamasında oldukları ve İstanbul, Ankara, İzmir Büyükşehir Belediyesi ile Kadıköy, Tuzla, Yalova gibi bir takım belediyelerin üçüncü aşama olan etkileşim aşamasında oldukları görüldüğü belirtiliyor. E-belediye uygulamaları açısından diğer yerel yönetimlere öncülük edecek çalışmaların olduğu vurgulanıyor ve Yalova, Kadıköy Belediyeleri ile İstanbul ve Ankara Büyükşehir Belediyeleri bunlara örnek olarak gösteriliyor. Bilgisayarlaşmayla başlayıp kent bilgi sistemine kadar olan kurumsal dönüşüm süreçlerini tamamlayan bu yerel yönetim

birimlerinin e-belediyeciliğin pilot uygulama alanı olarak varsayıldığını bu bölgelerde yaşayan halkın e-belediyecilik uygulamaları ile önemli kazanımlar elde etmesi diğer bölgelerdeki vatandaşları da belediyesini bu yönde zorlama konusunda motive ettiğine dikkat çekiyor.

3. Fethiye Belediyesi İnternet Sitesi

3.1. Fethiye İlçesi

Muğla'ya bağlı Fethiye ilin en büyük ilçelerinden birisidir. 2012 yılında yürürlüğe giren, 6360 Sayılı On dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun öncesi yüz ölçüm ve nüfus itibarıyla en büyük ilçe olan Fethiye'de Seydikemer ilçesinin kurulması ile bu özelliğini kaybetmiştir. 2021 yılı Türkiye İstatistik Kurumu Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi verilerine göre, Fethiye ilçe nüfusunun 170 binin üzerinde olduğu görülmüştür (TÜİK, 2021). Kırk bir mahallesi bulunan Fethiye Belediyesinin, turizm amaçlı hizmet veren çok sayıda bölgesi bulunması sebebiyle, yaz döneminde nüfusu artmakta zaman zaman iki katına çıkmaktadır. Yerleşik yabancıların bulunduğu ilçede nüfus artışı devam etmektedir.

3.2. Fethiye Belediyesi

Fethiye Belediyesi 1874 yılında kurulmuştur. Fethiye Belediye Başkanlığı 2011 Bütçe Yılı Faaliyet Raporu girişinde verilen bilgilere göre; 1864'te kaza yapılan Meğri (Fethiye'nin eski adı)'de ilk belediye örgütü 1874'te kurulmuş ve ilk başkanlığa Rodoslu Hacı Mehmet Ağa getirilmiştir. 1900'e doğru Girit ve Trakya'dan gelen Türklerle nüfuslandırılan Meğri'nin adı Belediye Meclisi'nin 1914'te aldığı bir kararla ilk Türk Hava Şehidi Tayyareci Fethi Bey'in adına ithafen "Fethiye" olarak değiştirilmiştir. Fethiye Belediyesi, On dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun gereği 2014 yılından itibaren Mahalli Yerel Seçimleri sonrası Muğla Büyükşehir Belediyesine bağlı ilçe belediyesi olarak hizmet vermeye devam etmektedir.

3.3. Fethiye Belediyesi İnternet Sitesi

Turizm kenti olan ve yaz mevsiminde nüfusu normal nüfusuna göre daha da artan Fethiye'de ilçe belediyesinin bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanan halka hizmet araçlarını çeşitlendirmesi kaçınılmazdır. Cep telefonlarının bile kolaylıkla internete erişim sağlayabildiği günümüzde Fethiye Belediyesi güncel internet sitesinin yanında e-belediye uygulamasıyla vergi ödemeleri başta olmak üzere birçok hizmeti online olarak sağladığı görülmüştür.

Bu çalışma kapsamında sadece Fethiye Belediyesi resmi internet sitesi üzerinden erişilebilen e-belediye uygulaması değerlendirilmiştir. Site Türkçe

yayın yapmaktadır. İlçede yerleşik yabancıların bulunmasına rağmen sitede İngilizce ve Almanca dillerinde yayın bulunmamaktadır. İnternet sitesi genel olarak sade tasarlanmış ve ana sayfadan tüm alt sayfalara erişim linki sunulmuştur.

www.fethiye.bel.tr adresinden giriş yapılan internet sitesinin ana sayfasının üst kısmında logo yanında, güncel haberlerin başlık ve fotoğrafları değişerek yer almakta ve e-belediye, e-imar, bilgi hizmetleri ve kurumsal sayfalarına bağlantılar bulunmaktadır.

Ana sayfada Belediyeden haberler bölümünün altında Projeler Rehberi bulunmakta ve projeler sıra ile geçmektedir. Projeler Rehberinin sağ kısmında belediye başkanı hakkında bilgiler ve başkana mesaj gönderilebilecek bağlantılar vardır. İnternet sitelerinin ziyaret edilme gerekçelerinden birisi olan duyurular ve açıklamalar ana sayfanın alt kısmında yer almaktadır. Yerel yönetim örgütü belediyelerin ön önemli işlevlerinden birisi olan bilgilendirme için ana sayfanın en alt kısmında faaliyet raporları ve Meclis kararlarına ulaşılabilir bağlantılar mevcuttur.

3.4. Fethiye Belediyesi E-belediye Uygulaması

www.fethiye.bel.tr adresinden yayınlanmak olan belediye internet sitesinde e-belediye uygulamasını başlatmak için ana sayfadan bağlantı verilmiştir. Fethiye Belediyesi e-belediye uygulaması; ödeme işlemleri, sorgulama işlemleri ve online işlemler olmak üzere 3 ana bölüme ayrılmıştır.

Görsel 2. Fethiye Belediyesi E-belediye Uygulaması



Ödeme işlemleri bölümünde uygulamanın Türkçe ve İngilizce olarak değiştirilebileceği seçenek bulunmaktadır. Sicil numarası ve T.C. Kimlik Numarası ile ödeme sayfasına erişilebilmektedir.

Sorgulama işlemleri bölümünde; sicil arama, arsa rayiç değerleri, inşaat maliyet bedelleri, bina aşınma oranları, çevre temizlik tarifeleri, meclis kararları ve encümen kararlarına yer verilmiştir.

Online işlemler bölümünde; beyan bilgileri, ruhsat sorgulama, kira sözleşme sorgulama, tahakkuk bilgileri, tahsilat bilgileri, online ödeme ve e-dekont bölümleri bulunmaktadır. Üye giriş sisteminin aktif olduğu uygulamada zaman zaman yavaşlama olduğu da görülmüştür. Uygulamada çöp toplama saatleri ve evlendirme başvuru formu yer almakta ve sol tarafta bulunan menüden erişim sağlanabilmektedir. Fethiye Belediyesi e-belediye uygulamasına cep telefonları üzerinden uygulama olarak erişim sağlanabilmektedir. Günümüzde internet üzerinden sunulan hizmetlere mobil erişimin oldukça fazla olduğu dikkate alındığında Fethiye Belediyesinin e-belediye uygulamalarının yeterli düzeyde olduğu söylenebilir. Ancak artan nüfus ve hizmet çeşitliliği göz önüne alındığında uygulamanın geliştirilmeye devam edilmesi ve hızlı şekilde vatandaşın ulaşabileceği konumda tutulması gerekir.

Kaynakça

1. Aktaş, Ali. (2007), “Türkiye’de E-Belediye Uygulamaları ve Konya Örneği”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29, ss. 177-181
2. Demirel, Demokan, 2006. E-Devlet ve Dünya Örnekleri, Sayıştay Dergisi, Sayı: 61
3. E-Devlet Kapısı, 10.04.2022 ve sonraki tarihlerde www.turkiye.gov.tr adresinden erişilmiştir.
4. Ergun, Turgay (2004), “İletişim, Elektronik Bilgişlem, E-devlet”, Kamu Yönetimi Kurum ve Siyasa Uygulaması, TODAİE Yayın No:322, s.131-141.
5. Fethiye Belediyesi E-belediye Uygulaması, 20.04.2022 ve sonraki tarihlerde www.fethiye.bel.tr adresinden erişilmiştir.
6. Fıstıkçıoğlu Reşit, 2007, E-devlet Uygulamaları ve E-Belediye: Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi.
7. Henden, H. Burçin. (2004), “Katılımcı Yerel Yönetim Anlayışında E-Belediyeciliğin Yeri ve Önemi”, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 1 <http://www.insanbilimleri.com/ojs/index.php/uib/article/view/114/114> (21 Mart, 2011)
8. Kılıç Ö., 2006, “E-devlet Anlayışının Belediye Yönetimlerinde Uygulanması: Kayseri Büyükşehir Belediyesi Örneği”. Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi
9. Kuran, N. Hüseyin. 2005 Türkiye İçin E-Devlet Modeli, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
10. Polat, R. K. (2006), E-Belediyecilik Kılavuzu Yerel Yönetim Vatandaş Etkileşimi, İstanbul: TASAM Yayınları.
11. Saylam Ayşegül. (2021) Kamu Yönetiminde Elektronik Vatandaş Katılımı, Gazi Kitabevi, Ankara.
12. Şahin, A. (2008), Türk Kamu Yönetiminde Yapısal Dönüşüm ve E-Devlet, Konya: Çizgi Kitabevi.
13. TASAM, E-Belediyecilik Kılavuzu Yerel Yönetim Vatandaş Etkileşimi, Stratejik Rapor, 2006
14. TÜİK, 10.05.2022 tarihinde <https://www.tuik.gov.tr> adresinden erişilmiştir.
15. Türkiye Bilişim Derneği, E-Belediye Raporu, Türkiye Bilişim İkinci Şurası, Ankara, 2004.
16. Uçkan, Özgür 2003 E-Devlet, E-Demokrasi ve Türkiye, Literatür Yayınları, İstanbul.

**İŞE BAĞLAYICI LİDERLİK
(ENGAGING LEADERSHIP)**

Doç. Dr. Mustafa BABADAĞ

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Orcid: 0000-0002-0198-7105

GİRİŞ

Çalışanların olumlu tutum ve davranışları örgütler açısından çok önemlidir. Çünkü çalışanların olumlu tutum ve davranışları örgütler açısından birçok olumlu sonuca yol açmaktadır. Çalışanların işe bağlılıkları da örgütler açısından önemli olarak değerlendirilen olumlu tutumlardan biridir. 1990’larda kavramsallaştırılan ve araştırılmaya başlanan işe bağlanma 2000’li yıllarda ise araştırmacıların daha çok ilgisini çekmeye başlamış bir konudur. Bireyin fiziksel, bilişsel ve duygusal olarak kendisini işine vermesi olarak tanımlanan işe bağlılığın bireyin sağlığından performansının artmasına, iş tatmininden örgütsel kârlılığa kadar birçok olumlu çıktısı bulunmaktadır. Bu nedenle literatürde işe bağlılığı ortaya çıkaran faktörlerin neler olduğunun belirlenmesine yönelik yapılan araştırmalar son zamanlarda giderek artmaktadır. İşe bağlılığı ortaya çıkaran birçok faktör bulunmaktadır. Liderlik işe bağlılığı ortaya çıkaran faktörlerden biridir ve dönüştürücü liderlik, karizmatik liderlik, güçlendirici liderlik, babacan liderlik, etik liderlik gibi birçok farklı liderlik türünün işe bağlılık üzerinde etki oluşturduğuna yönelik kanıtlar literatürde mevcuttur. Ancak son zamanlarda işe bağlayıcı liderlik şeklinde bir kavram ortaya çıkmış ve işe bağlayıcı liderliğin diğer liderlik türlerinden ayrı bir kavram olduğu ileri sürülmüştür. Ayrıca uluslararası literatürde işe bağlayıcı liderliğin işe bağlılık üzerindeki etkileri çeşitli araştırmalarla ortaya konmaya çalışılmıştır ve hala çalışılmalar devam etmektedir. Ancak ulusal literatüre bakıldığında işe bağlayıcı liderliğin hem kavramsal düzeyde hem de ampirik düzeyde araştırılmadığı ve literatürün bu anlamda eksik olduğu tespit edilmiştir. Ulusal literatürdeki bu eksikliği gidermek ve ulusal literatüre katkı sağlamak adına bu bölümde işe bağlayıcı liderliğin ne anlama geldiği ve nasıl ölçülebileceği açıklanmaya çalışılacaktır. Bu kapsamda da sırasıyla işe bağlanma kavramı, öz belirleme kuramı, işe bağlayıcı liderlik kavramı ve işe bağlayıcı liderlik ölçeği konuları ele alınacaktır.

İŞE BAĞLANMA (WORK ENGAGEMENT)

Uluslararası literatürde work engagement, job engagement veya employee emgagement gibi farklı ifadelerle kullanılan işe bağlanma, ulusal literatürde de tek şekilde kullanılmamakta ve çalışan tutkunluğu, işe angaje olma, işe cezbolma, işle bütünleşme veya işe gönülden adanma gibi kavramlarla ifade edilmektedir (Kerse, 2017). Kavramın ulusal literatürde yaygın kullanımı ise işe bağlanma şeklindedir (Kerse, 2021). Yaygın kullanımından dolayı bu kitap bölümünde de işe bağlanma şeklinde kullanılacaktır.

Kahn (1990) işe bağlanma kavramını ilk kez kullanan ve açıklayan bilim insanıdır. Kahn (1990) işe bağlanmayı; bireyin yaptığı işin rollerine kendisini adanması ve fiziksel, bilişsel, duygusal, zihinsel olarak kendisini yaptığı işe

vermesi, olarak tanımlamıştır. Kahn (1990) işe bağlı olan çalışanların işe bağlı olmayan çalışanlara kıyasla işlerine hem fiziksel hem bilişsel hem de duygusal olarak kendilerini daha çok verdiklerini ve bundan dolayı işe bağlılığı yüksek olan çalışanların işi sadece fiziksel olarak değil gönülden yaptıklarını belirtmiştir. Bu bağlamda Kahn (1990) işe bağlanmanın hem bireysel düzeyde (kişisel büyüme ve gelişme) hem de örgütsel düzeyde (performans kalitesi) olumlu sonuçlar ürettiğini ifade etmiştir.

Literatüre bakıldığında işe bağlanma kavramının farklı şekillerde açıklanmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu çalışmaların birini Schaufeli ve arkadaşları (2002) gerçekleştirmiştir. Schaufeli ve arkadaşları (2002)'na göre işe bağlanma; dinçlik/canlılık, kendini adama ve yoğunlaşma ile karakterize edilen işle ilgili olumlu, tatmin edici bir zihin durumudur. Burada dinçlik/canlılık, kişinin çalışırken yüksek düzeyde enerji hissetmesi ve zihinsel dayanıklılığının yüksek olmasıdır. Ayrıca zorluklar karşısında bile kişinin yılmadan çalışma isteği yaşaması anlamına gelmektedir. Kendini adama ise, kişinin işine güçlü bir şekilde dâhil olması ve işine önem vermesi, işinde coşku yaşaması, işinden ilham alması ve işinden gurur duyması durumudur. Yoğunlaşma ise kişinin işine tamamen konsantre olması ve mutlu bir şekilde kendini işine vermesi anlamını taşımaktadır (Schaufeli vd, 2002, s. 74).

Bir başka tanıma göre işe bağlanma tükenmişliğin karşısı başka bir ifade ile tükenmişliğin pozitif antitezi olarak görülmekte ve bu bağlamda açıklanmaktadır (Schaufeli, 2012). Tükenmişlik; duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı eksikliği ile karakterize edilen bir sendromdur. Duygusal tükenme tükenmişliğin bireysel stres boyutunu oluşturmaktadır. Bununla birlikte tükenmişliğin başlangıcı olarak da görülmektedir (Maslach, Schaufeli ve Leiter, 2001). Duyarsızlaşma ise tükenmişliğin kişilerarası iletişim boyutunu temsil etmektedir (Maslach ve Goldberg, 1998) ve duyarsızlaşmada birey diğer kişilere ve işine karşı ilgisiz olmaya başlamaktadır. Kişisel başarı eksikliği ise bireyin iş yerindeki yeterlilik ve başarı duygularında azalma yaşaması anlamına gelmektedir (Maslach ve Jackson 1984). Bu bağlamda tükenmişlik bireyin işine yönelik heyecanını ve enerjisini kaybettiği, olumsuz duygulara kapıldığı ve bireyde yetersizlik hissi yaratan bir durum olarak tanımlanabilir (Maslach ve Leiter 2008). İşe bağlanma ise tükenmişliğin bu açıklamasına göre tam tersi bir anlam taşımakta ve bireyin işine karşı yüksek bir enerji ve katılma isteği duyması ayrıca kişisel yeterliliğinin yüksek olduğuna inanması durumu olarak açıklanmaktadır (Bakker, Demerouti ve Sanz-Vergel 2014).

İşe bağlanma ilk bakıldığında işkoliklikle karıştırılabilir (Schaufeli, 2012). Çünkü hem işe bağlılığı yüksek olan hem de işkolik olan çalışanlar çok çalışırlar. Ancak işe bağlanmada ve işkoliklikte bireyleri çalışmaya iten güdüler

farklılaşmaktadır. İşe bağlanma çalışanların işlerinden keyif almalarıyla ilgili bir durumdur. Bundan dolayı işe bağlılığı yüksek olan çalışan işinde çok zaman geçirir. Ancak iş dışında da bir hayatı olduğunu bilir ve durması gerektiği yerde durur. Buna karşılık, işkolikler çalışmaktan başka seçenekleri olmadığı yönünde içsel dürtüye sahiptirler ve çalışmadıklarında kendilerini işe yaramaz, huzursuz ve suçlu hissederler (Schaufeli, 2021). Bu nedenle işe bağlanma işkoliklikten ayrı ele alınması gereken bir kavramdır. Ayrıca işe bağlanma işin eğlenceli olmasından dolayı kişiyi işe yönelten ve hem kişi hem de örgüt açısından birçok olumlu sonuca yol açan bir durumdur.

İşe bağlanmanın ortaya çıkardığı olumlu sonuçlar hem bireysel düzeyde hem de örgüt düzeyinde olabilmektedir. İşe bağlanmanın bireysel düzeydeki sonuçları arasında kişisel gelişim, bireysel performans artışı, depresyon veya kaygı düzeyinin azalması, uyku kalitesinin artması ve psikolojik rahatsızlıkların azalması gibi sonuçlar bulunmaktadır (Alessandri vd., 2015; Schaufeli, 2018). İşe bağlanmanın örgütsel düzeydeki sonuçları arasında ise iş tatmininde, örgütsel bağlılıkta, proaktif iş davranışında, yaratıcı iş davranışında, örgütsel vatandaşlık davranışında, hizmet kalitesinde, verimlilikte ve karlılıkta artış gibi sonuçlar yer almaktadır (Ariani, 2013; Hallberg ve Schaufeli, 2006; Kane-Frieder vd., 2014; Schaufeli, 2018; Smithikrai, 2019). Ayrıca işe bağlanma örgütsel düzeyde olumsuz olarak nitelendirilen işyeri yalnızlığı algısını ve işten ayrılma niyetini de azaltmaktadır (Öge vd., 2018; Rusyandi, 2015). Bu olumlu sonuçlarından dolayı işe bağlanmayı ortaya çıkaracak faktörlerin neler olduğu uzun zamandır araştırılmaktadır. Literatüre bakıldığında işe bağlanmayı ortaya çıkaran veya bu duygunun daha yüksek düzeyde yaşanmasını sağlayan birçok faktörün olduğu anlaşılmaktadır. Örneğin psikolojik dayanıklılık ve içsel motivasyon gibi kişisel kaynaklar işe bağlanmayı artırmaktadır. Bununla birlikte adalet iklimi, iş arkadaşlarının sağladığı destek, yönetici desteği, yetenek çeşitliliği, görevin kimliği, yapılan işin (görevin) önemi ve özerklik gibi işe ilişkin kaynaklar da işe bağlanmayı arttıran başka faktörlerdir (Smithikrai, 2019). Bu faktörlerin dışında işe bağlanma üzerinde anlamlı etki oluşturan bir başka unsur ise liderliktir. Literatüre bakıldığında farklı liderlik tarzlarının işe bağlanma üzerinde farklı etkiler oluşturduğu görülmektedir. Dönüştürücü liderlik, güçlendirici liderlik, babacan liderlik, etik liderlik, karizmatik liderlik, otantik liderlik ve hizmetkâr liderlik işe bağlanma üzerinde olumlu etki oluştururken otoriter liderlik ve toksik liderlik ise işe bağlanma üzerinde negatif yönlü bir etki yaratmaktadır (Ahmad ve Gao, 2018; Dutu ve Butucescu, 2019; Kaya ve Karatepe, 2020; Öge vd. 2018; Shokoh ve Nikpour, 2019; Tian ve Zhang, 2020; Zhao ve Sheng, 2019).

ÖZ DEĞERLENDİRME KURAMI (SELF-DETERMINATION THEORY)

Son dönemde liderlik literatüründe işe bağlayıcı liderlik şeklinde bir kavram ortaya çıkmıştır. Bu liderlik biçimi diğer liderlik tarzlarından ayrı olarak ele alınmaktadır (Schaufeli, 2021) ve işe bağlayıcı liderlik literatürde Öz belirleme Kuramı bağlamında değerlendirilmekte ve açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu nedenle işe bağlayıcı liderliğin ne anlama geldiğini açıklamadan önce Öz Belirleme Kuramı'nın açıklanması gerekmektedir.

Motivasyon teorileri içerisinde yer alan Öz Belirleme Kuramı'na (Self Determination Theory) göre bireyler kendi davranışlarını başlatmada ve düzenlenmede baskıyla veya ödülle değil kendi iradesiyle seçim duygusunu yaşamak istemektedirler (Deci, Connell ve Ryan, 1989). Birey bunu başarabildiği bir çevrede (örneğin kendi kararlarını verebildiği bir iş çevresinde) olduğunda bireyin içsel motivasyonu artmakta ve birey daha istekli olarak davranışlarını gerçekleştirmektedir. Aslında kuram bu bağlamda üç temel psikolojik ihtiyaçtan bahsetmiş ve bireylerin bu ihtiyaçlarını karşılaması gerektiğini vurgulamıştır (Schaufeli, 2021). Öz Belirleme Kuramına göre bireylerin karşılaması gereken temel psikolojik ihtiyaçlar özerklik (autonomy), yeterlilik (competence) ve ilişkili olma (relatedness) (Ryan ve Deci, 2017). Bu temel psikolojik ihtiyaçlardan özerklik kişinin kararlarını başka bir dış güç ile değil kendisi tarafından alması anlamına gelmektedir. Özerklik kişinin tamamen bağımsız veya kuralsız olması anlamına gelmemektedir. Kişi gerektiğinde diğer kişilerden yardım alabilir ve kurallara uyabilir. Ancak ister diğer bireylerden yardım alsın isterse kurallara uysun burada önemli olan bu kararlardaki seçim kararını kimin verdiğidir. Birey seçim kararını kendi veriyorsa özerklik ihtiyacını gidermektedir (Ryan ve Deci, 2017). Yeterlilik ihtiyacı ise bireyin etkili hissetmesi anlamına gelmektedir (Mazzetti ve Schaufeli, 2022). İnsanlar çevrelerinde etki yaratabildiklerinde kendilerini yeterli hissederler ve bu duygu büyüme ve gelişmeyi başlatır (Tasman ve Aydoğmuş, 2022). İlişkili olma ihtiyacı ise, bireyin başkaları ile bağlantılı olma ihtiyacıdır. Ayrıca ilişkili olma ihtiyacı, içinde bulunduğu sosyal çevrede birey ait olma duygusunu yaşadığında, sevildiğini ve önemsendiğini hissettiğinde giderilen bir ihtiyaçtır (Deci ve Ryan, 2000; Ryan ve Deci, 2017). Kurama göre bu ihtiyaçlar evrenseldir ve bu ihtiyaçların karşılanması durumunda bireylerin bireysel gelişimleri, ruh sağlıkları ve genel sağlık durumları iyi olmaktadır (Cihangir Çankaya, 2009). Aynı zamanda bu üç temel ihtiyacın karşılanması bireylerin işteki performanslarını da artırmaktadır (Schaufeli, 2021). Çünkü öz belirleme kuramına göre üç temel psikolojik ihtiyaç karşılandığında birey işteki görevini benimsemektedir. Böylece birey işine daha fazla yoğunlaşmakta, daha fazla enerji harcamakta ve bireyin işindeki devamlılığı

artmaktadır (Mazzetti ve Schaufeli, 2022). Ayrıca daha önce yapılan bazı araştırmalarda çalışanların üç temel psikolojik ihtiyacı giderildiğinde işe bağlanma düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir. Örneğin Van den Broeck ve arkadaşları (2008) gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda iş kaynaklarının işe bağlanma üzerinde etki oluşturduğunu ve bu etki de temel psikolojik ihtiyaçların aracılık rolüne sahip olduğunu belirlemişlerdir. Bir başka çalışmada ise Silman (2014) akademisyenler üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiş ve araştırma sonucunda temel psikolojik ihtiyaçlar ile işe bağlanma arasında anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuştur. Rahmadani ve arkadaşları (2019) ise Endonezya ve Rusya’da görev yapan çalışanlar ile yürüttükleri araştırmada işe bağlayıcı liderlik ile işe bağlanma arasındaki ilişkide temel psikolojik ihtiyaçların aracı rol üstlendiğini tespit etmişlerdir. Bu araştırma sonuçları özerklik, yeterlilik ve ilişkili olma ihtiyaçlarının giderilmesinin çalışanların işe bağlanma duygusunu arttırdığı anlamına gelmektedir. Bu nedenle çalışanların işe bağlanma duygularını ve motivasyonlarını arttırmak isteyen örgütlerin üç temel psikolojik ihtiyacın tatminine öncelik vermesi gerekmektedir (Van den Broeck vd., 2008).

İŞE BAĞLAYICI LİDERLİK (ENGAGING LEADERSHIP)

İşyerinde, çalışma iklimi, iş tasarımı ve liderlik gibi sosyal-bağlamsal faktörlerin çalışanların temel ihtiyaç tatmininde ve ruhsal sağlıkları üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bu sosyal bağlamsal faktörler örgüt içerisinde özerkliği desteklemeye, yetkinlik oluşturmaya ve ilişkili olmayı derinleştirmeye odaklandığında temel ihtiyaç tatmini ortaya çıkmaktadır (Rahmadani vd., 2019). Bunun sonucunda ise bireyin işe bağlılığı artmaktadır (Silman, 2014). Başka bir ifade ile çalışanların temel ihtiyaçları ne kadar karşılanırsa o kadar işe bağlanma duygularının artacağı belirtilebilir (Schaufeli, 2021). Sosyal-bağlamsal faktörlerden liderlik bu bölümün konusunu oluşturduğu için burada sadece liderlik ele alınacak ve hangi tür liderlik davranışlarının temel ihtiyaçları ortaya çıkardığı ifade edilmeye çalışılacaktır. Böylece işe bağlayıcı liderliğin ne olduğu da açıklanmış olacaktır.

Literatürde Schaufeli (2015; 2021) çalışanların temel ihtiyaçlarını karşılayan liderlik davranışlarının kolaylaştırıcı (facilitating), ilham verici (inspiring), güçlendirici (strengthening) ve bağlantı kurucu (connecting) liderlik davranışları olduğunu belirtmiştir. Kolaylaştırıcı liderlik davranışında lider, çalışanların kendi kararlarını vermeleri konusunda psikolojik olarak özgür hissettikleri bir çalışma ortamı yaratmaktadır. Bu bağlamda lider çalışanlara sorumluluk vermekte, seslilik davranışlarında bulunmalarına imkân tanımaktadır. İlham verici liderlik davranışında ise lider çalışanlara ilham vererek örgütün amacına çalışanların kişisel olarak katkıda bulunmalarını sağlamaktadır. Hem kolaylaştırıcı hem de

ilham verici liderlik davranışları sonucunda bireyin özerklik ihtiyacı giderilmiş olmaktadır. Güçlendirici liderlik davranışında ise lider çalışanlara zorlu görevler vererek çalışanların yeteneklerini kullanmalarına ve yeteneklerini geliştirmelerine fırsat vermektedir. Liderin bu davranışı sonucunda da bireyin yeterlilik ihtiyacı giderilmiş olmaktadır. Bağlantı kurucu liderlik davranışında ise lider işbirliğini teşvik ederek ve iyi bir takım ruhu yaratarak ekip üyelerini birbirine bağlamaktadır. Böylece takım içerisinde bireylerin kendilerini daha rahat hissetmelerine ve birliktelik duygusu yaşamalarına imkân yaratmaktadır. Liderin bu davranışı ise bireyin ilişkili olma ihtiyacını gidermektedir (Schaufeli, 2015; Schaufeli, 2021). Bu bağlamda liderlerin kolaylaştırarak, ilham vererek, güçlendirerek ve bağlantı kurarak, takipçilerinin sırasıyla özerklik, yeterlilik ve ilişkili olma şeklindeki temel psikolojik ihtiyaçlarını karşıladığı belirtilebilir. Bunun sonucunda da çalışanların işe bağlanma düzeyleri artar (Firouznia vd., 2021). Liderler bu davranışları sergilemediğinde ise çalışanların tükenmişlik düzeyleri artarken, işe bağlanma düzeyleri azalmaktadır (Van den Broeck vd., 2008). Schaufeli bu liderlik davranışlarını sergileyen liderlere işe bağlayıcı lider (engaging leader) demektedir. Bu bağlamda işe bağlayıcı liderlik (engaging leadership); “çalışanların işe bağlılıklarını arttırmak için sergilenen kolaylaştırıcı, ilham verici, güçlendirici ve bağlantı kurucu liderlik davranışlarıdır” şeklinde tanımlanabilir (Schaufeli, 2021).

Schaufeli (2015; 2021)’nin ileri sürdüğü çalışanların psikolojik ihtiyaçlarının giderilmesine katkıda bulunan liderlik davranışlarının temel dayanağı iş talepleri ve kaynakları modelidir (JD-R). İş talepleri ve kaynakları modelinde iş talepleri; yoğun fiziksel ve bilişsel çaba gerektiren bir işin fiziksel, psikolojik ve örgütsel özelliklerini içermektedir. İş talepleri içerisinde iş yükü, zaman baskısı ve duygusal emek gibi unsurlar bulunmaktadır (Tims vd., 2013). İş taleplerinin fazla olması bireyi hem fizyolojik hem de psikolojik olarak olumsuz etkileyebilmektedir. Örneğin iş talepleri bireyin yorgunluk, bitkinlik, depresyon ve tükenmişlik yaşamasına sebep olabilmektedir (Kerse, 2019). İş kaynakları ise iş hedeflerine ulaşmayı kolaylaştıran, iş taleplerinin etkilerini azaltan veya iş taleplerinin yol açtığı fizyolojik ve psikolojik maliyetleri azaltan işe ait kazanımlar olarak tanımlanabilir (Alcan, 2020). İş kaynakları arasında iş kontrolü (özerklik), sosyal destek, öğrenme fırsatları ve performans geri bildirimi gibi unsurlar bulunmaktadır. Ayrıca iş taleplerinin aksine iş kaynakları bireylerin iyi oluşu üzerinde olumlu etkiye sahiptir. Bunun yanında daha önce yapılan bazı araştırmalarda iş kaynaklarının işe bağlanma ve iş tatmini gibi faktörler üzerinde de olumlu etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Tims vd., 2013).

Liderler örgütlerde çalışanların algılarını, bakış açılarını, bağlılıklarını, mutluluklarını ve psikolojik güvenliklerini etkileyen en önemli unsurlardan

biridir (Firouznia vd., 2021). Çünkü liderler çalışanların duygularını, tutumlarını ve davranışlarını etkileyecek iş kaynaklarını ve iş taleplerini yönetmektedirler. İşe bağlayıcı lider ilham verici davranışları ile çalışanlara güven, adalet ve değer uyumu gibi örgütsel kaynakları sağlarken; bürokrasiyi azaltarak veya örgütsel değişimi yöneterek iş taleplerini en aza indirebilmektedir. İşe bağlayıcı lider güçlendirici davranışlarıyla ise çalışanlara iş kontrolü ve yetenek kullanımı şeklindeki iş kaynaklarını, performans geri bildirimi ve kariyer bakış açısı şeklindeki gelişim kaynaklarını sağlamaktadır. Bunun yanında işe bağlayıcı lider iş yükünü ve duygusal talepleri ise kontrol altında tutmaktadır. İşe bağlayıcı lider bağlantı kurucu liderlik davranışlarıyla da çalışanlara iyi bir takım ortamı oluşturarak ve benzeri davranışlarla sosyal kaynakları sağlamaktadır. Bu bağlamda bağlayıcı liderliğin iş taleplerini azaltmak ve iş kaynaklarını artırmak yoluyla çalışanların temel psikolojik ihtiyaçlarını giderdiği bunun sonucunda da çalışanların işe bağlılıkları üzerinde dolaylı bir etkisi olduğu belirtilebilir (Schaufeli, 2015).

İşe bağlayıcı liderliğin sadece çalışanların işe bağlılıkları üzerinde etkisi bulunmamaktadır. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında işe bağlayıcı liderliğin hem örgüt düzeyinde hem de çalışan düzeyinde birçok olumlu sonuca yol açtığı görülmektedir. Örneğin Schaufeli (2015) yapmış olduğu araştırmada farklı sektörlerde faaliyette bulunan işletmelerde görev yapan çalışanlardan veri toplamış ve araştırma sonucunda işe bağlayıcı liderliğin örgütsel bağlılık ve performans üzerinde doğrudan pozitif yönlü ve anlamlı etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. 2017 yılında gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise iş becerikliliğinin takım düzeyinde öncülleri araştırılmış ve araştırma sonucunda işe bağlayıcı liderliğin bağlantı kurucu (connecting) davranışlarının iş becerikliliği üzerinde etki oluşturduğu tespit edilmiştir (Mäkikangas vd., 2017). Salas-Vallina ve arkadaşları (2021) ise İspanya’da 1000 den fazla çalışana sahip büyük örgütlerde gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda işe bağlayıcı liderin liderliğindeki takımların yüksek düzeyde mutluluk ve lidere güven duyduklarını belirlemişlerdir. Mutluluğun ve güvenin ise ekip üyelerinin performansını iyileştirmede önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacıların genel olarak ulaştıkları bulgu ise işe bağlayıcı liderliğin insan kaynakları uygulamaları ile birlikte çalışanların iyi oluşlarına ve performanslarına anlamlı etkisi olduğudur. Rahmadani ve arkadaşları (2020) ise Endonezya’da mavi yakalı çalışanlar üzerinde gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda işe bağlayıcı liderliğin takım bazında öğrenmeyi ve takım bazında yeniliği artırdığını belirlemişlerdir. Ayrıca araştırmacılar işe bağlayıcı liderliğin bireysel performansı arttırdığı sonucuna da ulaşmışlardır. Mazzetti ve Schaufeli (2022) ise gerçekleştirdikleri çalışmada işe bağlayıcı liderliğin takım kaynakları

(performans geri bildirimi, yöneticiye güven, iletişim ve kararlara katılım) aracılığı ile takım etkililiğini pozitif yönde etkilediğini belirlemişlerdir. Literatürdeki bu bulgular işe bağlayıcı liderliğin çalışanlar ve örgütler açısından birçok olumlu sonuca yol açtığını göstermektedir.

Liderlik literatüründe son dönemlerde en çok çalışılan kavramlardan biri dönüştürücü liderliktir. Ayrıca literatürde dönüştürücü liderliğin de işe bağlanma üzerinde etkisi olduğuna yönelik bulgular bulunmaktadır (Zhu, vd. 2009; Ghadi vd., 2013). Dönüştürücü liderliğin özelliklerine bakıldığında işe bağlayıcı liderliğe benzediği söylenebilir. Ancak işe bağlayıcı liderlik dönüştürücü liderlikten farklı bir kavramdır. Çalışanların değerlerini, normlarını ve ilgilerini değiştiren ve bu sayede başlangıçtaki performanslarının ötesine geçmesini sağlayan liderlik şeklinde tanımlanan dönüştürücü liderlikte lider çalışanları ideal etki, ilham verici motivasyon, entelektüel uyarım ve bireysel ilgi davranışları ile harekete geçirmektedir (Kerse ve Babadağ, 2019). İdeal etki boyutunda lider takipçiler tarafından hayranlık duyulan bir rol model olarak algılanmaktadır. İlham verici motivasyon boyutunda lider çalışanlar üzerinde karizması ile etki oluşturmaktadır. Entelektüel uyarım boyutunda ise lider yaratıcılığı ve yeniliği teşvik etmektedir. Başka bir ifade ile lider yenilik ve yaratıcılık konusunda çalışanları/takipçileri cesaretlendirmektedir. Bireysel ilgi boyutunda ise lider takipçilerine/çalışanlara ayrı ayrı birey olarak değer vermekte, destek olmakta ve bireysel gelişimleri için danışmanlık veya koçluk yapmaktadır (Bass, 1985; Bass, 1990; Bass ve Riggio, 2006). Dönüştürücü liderliğin entelektüel uyarım ve ilham verici motivasyon boyutlarının işe bağlayıcı liderliğin ilham verici ve kolaylaştırıcı davranışlarına benzediği söylenebilir. Bu anlamda dönüştürücü liderlik ile işe bağlayıcı liderlik birbirlerine benzemektedir. Ancak dönüştürücü liderliğin ideal etki yani rol model olma boyutu ile bireysel ilgi boyutu işe bağlayıcı liderlik davranışları ile örtüşmemektedir. Hatta Schaufeli (2021) bununla ilgili olarak işe bağlayıcı liderliğin dönüştürücü liderlikte olduğu gibi sadece rol model olarak örnek davranışlar sergilemediğini ayrıca çalışanların özerklik, yeterlilik ve ilişkili olma duygularını aktif olarak teşvik edecek davranışlarda bulunduğunu belirtmektedir. Öte yandan Mazzetti ve Schaufeli (2022) dönüştürücü liderliğin bireysel ilgi boyutunda liderin sadece kişiyi dikkate aldığını işe bağlayıcı liderliğin ise takımı dikkate aldığını yani takım üyelerinin birlikteliğini teşvik ettiğini belirtmiştir. Bu açıklamaya bağlı olarak işe bağlayıcı liderliğin takım odaklı bir liderlik anlayışı olduğu, dönüştürücü liderliğin ise birey odaklı bir liderlik anlayışı olduğu belirtilebilir. Öte yandan literatürdeki ampirik araştırma sonuçları da işe bağlayıcı liderlik ile dönüştürücü liderliğin ayrı kavramlar olduğunu doğrulamaktadır (Mazetti ve Schaufeli, 2022). Bu nedenle

iş bağlayıcı liderlik dönüştürücü liderlikten ayrı olarak ele alınan bir liderlik tarzıdır.

İŞE BAĞLAYICI LİDERLİK ÖLÇEĞİ (ENGAGING LEADERSHIP SCALE)

İşe bağlayıcı liderlik ölçeğini Schaufeli (2015) geliştirmiştir. Schaufeli işe bağlayıcı liderliği ölçmeye yönelik ilk çalışmasını 195 çalışan üzerinde yaptığı yayınlanmamış bir çalışma ile gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada ölçek 14 maddeden oluşmaktadır (Schaufeli, 2015). Schaufeli 2015 yılında gerçekleştirdiği çalışmada ise bazı maddeleri çıkarmak zorunda kalmış ve 9 maddeden oluşan bir ölçek elde etmiştir. 9 maddeden oluşan ölçek 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Her bir boyut 3 madde ile ölçülmektedir. Schaufeli (2015) alt boyutları ilham verici, güçlendirici ve bağlantı kurucu liderlik davranışları şeklinde ifade etmiştir. Daha sonraki araştırmalarda ise işe bağlayıcı liderlik ölçeği 4 alt boyut ve 12 madde olarak kullanılmaya başlanmıştır. Daha sonraki yapılan birçok çalışmada doğrulayıcı faktör analizi ile işe bağlayıcı liderliğin 12 maddelik ve 4 alt boyutlu yapısı doğrulanmıştır (Rahmadani vd., 2019; Schaufeli, 2021). Bu nedenle işe bağlayıcı liderlik ölçeğinin 12 maddelik hali bugün literatürde kabul görmekte ve kullanılmaktadır. İşe bağlayıcı liderliğin 4 alt boyutu güçlendirici (strengthening), bağlantı kurucu (connecting), yetki verici (empowering) ve ilham verici (inspiring) davranışlar şeklinde isimlendirilmektedir. İşe bağlayıcı liderlik ölçeğinin Türkçe açısından geçerliliği ve güvenilirliği ise henüz tespit edilmemiştir. İşe bağlayıcı liderlik ölçeğinin maddeleri ise aşağıda sunulmuştur.

İşe Bağlayıcı Liderlik Ölçeği Maddeleri **Güçlendirici Davranışlar (Strengthening)**

1. Yöneticim takım üyelerini yeteneklerini geliştirmeleri konusunda mümkün olduğunca cesaretlendirir.
2. Yöneticim takım üyelerine görev ve sorumluluklar verir.
3. Yöneticim takım üyelerini kendi güçlü yanlarını kullanmaları konusunda cesaretlendirir.

Bağlantı Kurucu Davranışlar (Connecting)

4. Yöneticim takım üyeleri arasında işbirliğini teşvik eder.
5. Yöneticim takım üyelerini aktif bir şekilde aynı hedefe yönelmeleri konusunda cesaretlendirir.

6. Yöneticim takım ruhunu destekler.

Yetki Verici Davranışlar (Empowering)

7. Yöneticim takım üyelerine görevlerini tamamlamaları için yeterli özgürlük ve sorumluluk verir.

8. Yöneticim takım üyelerini kendi fikirlerini beyan etmeleri konusunda cesaretlendirir.

9. Yöneticim takım üyelerinden katkıda bulunan kişiyi ayırt eder.

İlham Verici Davranışlar (Inspiring)

10. Yöneticim planlarıyla takım üyelerini kendisine hayran bırakabilir.

11. Yöneticim takım üyelerine önemli bir şeye katkıda bulunduklarını hissettirir.

12. Yöneticim ilham vericidir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Liderlik konusu örgüt alanında uzun zamandır en çok çalışılan konulardan biridir. Liderliğin etkileri düşünüldüğünde bu durum şaşırtıcı değildir. İşe bağlayıcı liderlik ise örgüt yazınında daha yeni çalışma alanı bulmuş bir konudur. Yapılan araştırmalar yukarıda da belirtildiği üzere işe bağlayıcı liderliğin başta işe bağlanma olmak üzere hem örgütler hem de çalışanlar açısından birçok olumlu sonuca yol açtığını göstermektedir. Ancak işe bağlayıcı liderlik konusundaki çalışmalar sınırlı sayıdadır. Daha anlamlı sonuçlara ulaşmak adına farklı örgütler, farklı sektörler, farklı ülkeler üzerinde çalışmalar ile işe bağlayıcı liderliğin etkilerinin daha çok araştırılması gerekmektedir. Ulusal literatüre bakıldığında ise bu konuda yapılmış ne ampirik ne de kavramsal bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu kitap bölümü oluşturulmuş ve Türkiye’de bu konuda çalışma yapmak isteyenlere kavramsal bir çerçeve çizilmeye çalışılmıştır. Bu kitap bölümü işe bağlayıcı liderliği kavramsal olarak ele aldığı için ampirik açıdan literatüre bir katkı sağlamamaktadır. Bu nedenle işe bağlayıcı liderlik konusunda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara hem ulusal literatüre katkı sağlamaları hem de işe bağlayıcı liderliğin etkilerinin daha iyi anlaşılması adına farklı örgütlerde ampirik çalışmalar yapmaları önerilir.

KAYNAKÇA

1. Ahmad, I. ve Gao, Y. (2018). Ethical Leadership and Work Engagement: The Roles of Psychological Empowerment and Power Distance Orientation. *Management Decision*, 569, 1991-2005.
2. Alcan, G. (2020). İş Talepleri ve İş Kaynakları Modeli ile Çalışanların Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişki. *Management and Political Sciences Review*, 2(2), 86-103.
3. Alessandri, G., Borgogni, L., Schaufeli, W. B., Caprara, G. V. ve Consiglio, C. (2015). From Positive Orientation to Job performance: The Role of Work Engagement and Self-efficacy Beliefs. *Journal of Happiness Studies*, 16, 767-788.
4. Ariani, D. W. (2013). The Relationship Between Employee Engagement, Organizational Citizenship Behavior and Counterproductive Work Behavior. *International Journal of Business Administration*, 4(2), 46-56.
5. Bakker, A. B., Demerouti, E., & Sanz-Vergel, A. I. (2014). Burnout and Work Engagement: The JD-R Approach. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 389-411.
6. Bass, B. M. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. New York, NY: Free Press.
7. Bass, B. M. (1990). From Transactional To Transformational Leadership: Learning To Share The Vision. *Organizational Dynamics*, 18(3), 19-31.
8. Bass B. M., Riggio R. (2006). *Transformational Leadership (2nd ed.)*. New York, NY: Psychology Press.
9. Deci, E. L., Connell, J. P. ve Ryan, R. M. (1989). Self-determination in a work organization. *Journal of applied psychology*, 74(4), 580.
10. Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2000). The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
11. Dutu, R. ve Butucescu, A. (2019). On the Link between Transformational Leadership and Employees' Work Engagement: The Role of Psychological Empowerment. *Psihologia Resurselor Umane*, 17, 76-87.
12. Firouznia, M., Allameh, S. M. ve Hosseini, S. H. (2021). Engaging Leadership, Engaging Environment, Engaging Job, and Engagement. *International Journal of Process Management and Benchmarking*, 11(2), 178-199.
13. Ghadi, M. Y., Fernando, M. ve Caputi, P. (2013). Transformational Leadership and Work Engagement: The Mediating Effect of Meaning in Work. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(6), 532-550.

- 14.Hallberg, U. E. ve Schaufeli, W. B. (2006). “Same Same” But Different? Can Work Engagement Be Discriminated from Job Involvement and Organizational Commitment?. *European Psychologist*, 11(2), 119-127.
- 15.Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- 16.Kane-Frieder, R. E, Hochwarter, W. A ve Ferris, G. R (2014). Terms of Engagement: Political Boundaries of Work Engagement-Work Outcomes Relationships. *Human Relations*, 67(3), 357-382.
- 17.Kaya, B. ve Karatepe, O. M. (2020). Does Servant Leadership Better Explain Work Engagement, Career Satisfaction and Adaptive Performance than Authentic Leadership?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(6), 2075-2095.
- 18.Kerse, G. (2017). İşe Bağlanma ve Politik Davranış Algısını Etkileyen Örgütsel Faktörler. Doktora Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 19.Kerse, G. (2019). İş Becerikliliği (Job Crafting). İçinde C. N. Karabey ve G. Kerse (Editörler), *Örgütsel Davranış Düzleminde Güncel Kavramlar* (1-30). Ankara: Gazi Kitabevi
- 20.Kerse, G. (2021). İşe Bağlanma (Work Engagement). İçinde M. Soyaloğlu ve M. Babadağ (Editörler), *Örgütsel Davranışa Pozitif Bakış* (53-70). Ankara: Nobel Yayınevi.
- 21.Kerse, G. ve Babadağ, M. (2019). Dönüştürücü Liderliğin İş Becerikliliği Üzerindeki Etkisi: Akademisyenler Üzerinde Bir Uygulama. *İş ve İnsan Dergisi*, 6(2), 133-143.
- 22.Mäkikangas, A., Bakker, A. B. ve Schaufeli, W. B. (2017). Antecedents of Daily Team Job Crafting. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 26(3), 421–433.
- 23.Maslach, C. ve Goldberg, J. (1998). Prevention of Burnout: New Perspectives. *Applied and Preventive Psychology*, 7(1), 63-74.
- 24.Maslach, C. ve Jackson, S. E. (1984). Burnout in Organizational Settings. *Applied Social Psychology Annual*, 5, 133–153.
- 25.Maslach C. ve Leiter M. (2008). Early Predictors of Job Burnout and Engagement. *Journal of Applied Psychology*, 93(3), 498–512.
- 26.Maslach, C., Schaufeli, W. B. ve Leiter, M. P. (2001). Job Burnout. *Annual Review of Psychology*, 52, 397-422.
- 27.Mazzetti, G. ve Schaufeli, W. B. (2022). The Impact of Engaging Leadership on Employee Engagement and Team Effectiveness: A

- Longitudinal, Multi-Level Study on the Mediating Role of Personal and Team Resources. *PLoS ONE*, 17(6), 1-25.
- 28.Öge, E., Çetin, M. ve Top, S. (2018). The Effects of Paternalistic Leadership on Workplace Loneliness, Work Family Conflict and Work Engagement among Air Traffic Controllers in Turkey. *Journal of Air Transport Management*, 66, 25-35.
 - 29.Rahmadani, V. G., Schaufeli, W. B., Ivanova, T. Y. ve Osin, E. N. (2019). Basic Psychological Need Satisfaction Mediates the Relationship Between Engaging Leadership and Work Engagement: A Cross-National Study. *Human Resource Development Quarterly*, 30(4), 453-471.
 - 30.Rahmadani, V. G., Schaufeli, W. B., Stouten, J., Zhang, Z. ve Zulkarnain, Z. (2020). Engaging Leadership and Its Implication for Work Engagement and Job Outcomes at the Individual and Team Level: A Multi-Level Longitudinal Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3), 776.
 - 31.Rusyandi, D. (2015, May). Employee Engagement Toward Intention To Quit With job Insecurity As Moderating Variable At Government Bank In Bandung City. In International Conference on Economics and Banking (iceb-15) (pp. 318-325). Atlantis Press.
 - 32.Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2017). *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development and Wellness*. New York, NY: Guilford Press.
 - 33.Salas-Vallina, A., Alegre, J. ve López-Cabrales, A. (2021). The Challenge of increasing Employees' Well-Being and Performance: How Human Resource Management Practices and Engaging Leadership Work Together Toward Reaching This Goal. *Human Resource Management*. 60, 333–347.
 - 34.Schaufeli, W. B. (2012). Work Engagement: What Do We Know and Where Do We Go?. *Romanian Journal of Applied Psychology*, 14(1), 3-10.
 - 35.Schaufeli, W. B. (2015). Engaging Leadership in the Job Demands-Resources Model. *Career Development International*, 20(5), 446-463.
 - 36.Schaufeli, W. B. (2018). Work Engagement in Europe: Relations with National Economy, Governance and Culture. *Organizational Dynamics*, 47, 99-106.
 - 37.Schaufeli, W. B. (2021). Engaging Leadership: How to Promote Work Engagement?. *The journal Frontiers in Psychology*, 12(Article: 754556), 1-10.

- 38.Schaufeli, W. B., Martinez, I. M., Pinto, A. M., Salanova, M., & Bakker, A. B. (2002). Burnout and Engagement in University Students: A Cross-National Study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33(5), 464-481.
- 39.Shokoh, Z. ve Nikpour, A. (2019). Investigating the Impact of Toxic Leadership on Work Engagement in Governmental Organizations. *Management Researches*, 12(44), 133-154.
- 40.Silman, F. (2014). Work-Related Basic Need Satisfaction as a Predictor of Work Engagement Among Academic Staff in Turkey. *South African Journal of Education*, 34(3), 1-5.
- 41.Smithikrai, C. (2019). Antecedents and Consequences of Work Engagement Among Thai Employees. *The Journal of Behavioral Science*, 14(3), 14-31.
- 42.Tasman, D. R. ve Eğer Aydoğmuş, M. (2022). İlişki Kalitesinde Temel Psikolojik İhtiyaçların Önemi: Öz Belirleme Kuramı ve Temel İlişki Türleri Temelinde Bir Derleme. *Nesne*, 10(24), 294-315.
- 43.Tian, G. ve Zhang, Z. (2020). Linking Empowering Leadership to Employee Innovation: The Mediating Role of Work Engagement. *Social Behavior and Personality*, 48(10), 1-8.
- 44.Tims, M., Bakker, A. B., & Derks, D. (2013). The Impact of Job Crafting on Job Demands, Job Resources, and Well-Being. *Journal of Occupational Health Psychology*, 18(2), 230-240.
- 45.Van den Broeck, A., Vansteenkiste, M., De Witte, H. ve Lens, W. (2008). Explaining the Relationships Between Job Characteristics, Burnout and Engagement: the Role of Basic Psychological Need Satisfaction. *Work Stress*, 22, 277-294.
- 46.Zhao, R. ve Sheng, Y. (2019). The Effect of Leadership Style on Employee Engagement: The Moderating Role of Task Structure. *Open Journal of Social Sciences*, 7(7), 404-420.
- 47.Zhu, W., Avolio, B. J. ve Walumbwa, F. O. (2009). Moderating Role of Follower Characteristics With Transformational Leadership and Follower Work Engagement. *Group & Organization Management*, 34(5), 590-619.

İHRACAT PERFORMANSINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER: MINT ÜLKELERİ ÖRNEĞİ

Necip DÜNDAR

*Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Politikası A.B.D.
e-posta: n.dundar@alparslan.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-9408-8669*

Giriş

İhracatın gelişmekte olan ülkelerin kalkınma veya sürdürülebilir ekonomik büyüme süreci içerisinde girmelerinde büyük bir role sahip olduğu ve güçlü bir ihracat performansının iktisadi büyümeyi yönlendiren önemli bir faktör olduğu söylenebilir. İhracat, büyümeyi teşvik ederken bunu kaynakların etkin tahsisi, ölçek ekonomileri, gelişmiş kapasite kullanımı, gelişmiş verimlilik ile teknolojik bilgi ve inovasyonun yayılması gibi çeşitli kanallar aracılığıyla gerçekleştirebilmektedir. Gelişmekte olan birçok ülkenin, kalkınma stratejilerinin bir parçası olarak ihracata yönelik politikalar benimsemesi ise temel olarak ihracatın bu etkilerden kaynaklanmaktadır (Keho, 2018). Bununla beraber ihracatın ihracat yapan bir firmanın üretkenliğini arttırdığı düşünülmektedir. Çünkü ihracat yapan firmaların, birtakım ticaret engellerini aşmak, farklı tüketici zevklerine dokunabilmek ve uluslararası piyasalardaki zorlu rekabette başarıya ulaşmak amacıyla verimliliklerini arttırmaları gerekmektedir. Ayrıca ihracat, ihracat yapan firmaların dış piyasalardaki konumlarını iyileştirmek için bu firmaları dış dünyadaki potansiyel yeniliklerden haberdar ve teknolojik yeteneklerini geliştirmeye teşvik edebilmektedir(Jongwanich ve Kohpaiboon, 2008).

Goldman Sachs ekonomisti Jim O'Neill, 2013 yılında Meksika, Endonezya, Nijerya ve Türkiye'yi temsilen bu ülkelerin baş harflerinden oluşan MINT terimini ortaya atarken bu ülkeleri yükselen ekonomik devler olarak tanımlamıştır. Ayrıca bu ülkelerin gelişmekte olan pazarlar olarak güçlü demografik ve ekonomik potansiyele sahip olduklarına dikkat çekmiştir (O'Neill, 2013). Farklı kıtalarda yer alarak farklı tarihsel ve kültürel geçmişlere sahip olan MINT ülkelerinden dünyanın en büyük petrol üretici ülkelerinden biri olan Meksika, coğrafik olarak Amerika gibi büyük bir pazara, ekonomik açıdan Güneydoğu Asya'nın en büyük ekonomilerinden olan Endonezya ise Çin gibi büyük bir pazara yakın olma avantajına sahiptir. Diğer yandan Nijerya, Afrika kıtasının en büyük petrol ihracatçısı ve doğal gaz rezervlerini barındırmasıyla Afrika ekonomisinin merkezinde yer alma potansiyeline sahipken Türkiye ise cazip demografik ve coğrafik konumu ile Avrupa Birliği gibi büyük bir pazara komşu durumdadır.

Bu çalışmanın amacı MINT ülkelerinin ihracat performansının belirleyicilerini panel veri analizi yöntemi ile analiz etmek ve belirlemektir. Bu amaçla çalışmada MINT ülkelerine ait 1994-2019 dönemi verileri kullanılırken ihracat miktarı bağımlı değişken, gayrisafi yurt içi hâsıla (GSYİH), sanayileşme, işgücü, enflasyon, doğrudan yabancı yatırım (DYY), reel efektif döviz kuru değişkenleri ise bağımsız değişkenler olarak kullanılacaktır. Çalışmada giriş kısmından sonra çalışma ile ilgili literatür araştırmasına yer verilecektir. Daha

sonra çalışmanın veri seti, modeli ve yöntemine değinilecek ve yapılacak analiz neticesinde ulaşılan bulgulara değinilecektir. Son olarak, sonuçlar açıklanarak çalışma tamamlanacaktır.

1. Literatür

İhracat performansının belirleyicileri ile ilgili literatür incelendiğinde ihracat performansını etkileyen veya belirleyen unsurların reel GSYİH, reel faiz oranı, reel efektif döviz kuru, DYY, nüfus, işgücü, finansal gelişme ve yurt içi talep gibi makroekonomik değişkenler olduğu söylenebilir.

Anagaw ve Demissie (2013), 1970/71-2010/11 dönemi için Johansen Eş bütünleşme ve Vektör Hata Düzeltme modeli ile Etiyopya'nın ihracat performansının belirleyicilerini reel efektif döviz kuru, dışa açıklık, reel GSYİH ve finansal gelişme gibi değişkenleri kullanarak analiz etmişlerdir. Çalışmada tüm değişkenlerin uzun vadede ihracat performansını olumlu etkilediği fakat kısa vadede, yalnızca dışa açıklık değişkeninin ihracat performansını olumlu etkilediği sonucuna varılmıştır.

Herve vd. (2014), 1980-2005 dönemi için Sıradan En Küçük Kareler Yöntemiyle (Ordinary Least Square-OLS) Zanzibar'ın ihracat performansının belirleyicilerini ihracat kazancı, çiftlik ürün fiyatı, temel ürünlerin ihracat fiyatı, ihracat talebi, beşeri sermaye gelişimi, dünya geliri, DYY ve karanfil ihracatı gibi değişkenleri kullanarak analiz etmişlerdir. İhraç edilen başlıca ürünlerin ihracat fiyatının, ihracat performansını olumlu fakat DYY ve çiftlik ürün fiyatları değişkenlerinin ise ihracat performansını olumsuz etkiledikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Skosan ve Kabuya (2014), eş bütünleşme tekniği ve hata düzeltme modeli ile Svaziland'ın ihracat performansının belirleyicilerini iç talep, dış talep, DYY, GSYİH, ulusal tasarruflar, dolaylı vergiler, nominal döviz kuru gibi değişkenleri kullanarak 1980-2010 dönemi için analiz etmişlerdir. Çalışmada DYY, dış talep ve nominal döviz kurunun uzun dönemde ihracat performansını belirlemede önemli faktörler oldukları sonucuna varılırken GSYİH ve iç talebin ise istatistiksel olarak anlamsız olduğu sonucuna varılmıştır.

Tovonjatovo ve Dong (2015), 1985-2013 dönemi için çoklu regresyon modelleri ile Madagaskar'ın ihracat performansının belirleyicilerini ihracat fiyatı, DYY, dünya geliri, ticaret hadleri, reel döviz kuru ve çiftlik ürün fiyatı gibi değişkenleri kullanarak analiz etmişlerdir. Çalışmada DYY, dünya geliri ve ticaret hadlerinin ihracat büyüme oranını pozitif etkilediği fakat çiftlik ürün fiyatının negatif etkilediği görülmüştür. Ayrıca reel döviz kurunun, kısa dönemde ihracat artışını teşvik ettiği, uzun dönemde ise ihracat artış hızını olumsuz yönde etkilediği bulgusuna varılmıştır.

Bhavan (2016), 1980-2013 dönemi verileri ile birim kök testi ve eşbütünleşme analizi gerçekleştirilerek brüt sermaye oluşumu, DYY, dış borç faiz ödemesi, ithalat, ihracat yapılan ülkelerin kişi başına düşen gelirlerinin ağırlıklı ortalaması gibi beş faktörün Sri Lanka'nın ihracat performansı üzerindeki kısa ve uzun vadeli etkisini araştırmıştır. Çalışmada tüm değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve uzun dönemli bir ilişkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılrken, ithalat, DYY ve borç faiz ödemesinin ihracat üzerinde uzun dönemde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğu, brüt sermaye oluşumu ve ihracat yapılan ülkelerin kişi başına düşen gelirlerinin ise negatif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kısa dönemde ise DYY ve ihracat yapılan ülkelerin kişi başına düşen gelirleri ihracat performansı üzerinde etkiliyken ithalat, brüt sermaye oluşumu ve borçlar için yapılan faiz ödemeleri ise istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur.

Karagöz (2016), 1980-2010 dönemi için zaman serisi analizi uygulayarak Türkiye'nin ihracat performansının belirleyicilerini reel efektif döviz kuru, dünya GSYİH'sı, yatırım ve ara malı ithalatı, yurt içi talep, DYY ve brüt sabit sermaye oluşumu gibi değişkenleri kullanarak analiz etmiştir. Çalışmada reel döviz kuru ve dış gelir düzeyinde meydana gelen şokların ihracat performansını olumlu etkilediği sonucuna varılmıştır.

Uysal ve Mohamoud (2018), 1990-2014 dönemi için panel veri analizi uygulayarak Doğu Afrika ülkelerinin ihracat performansının belirleyicilerini GSYİH, işgücü, sanayileşme, enflasyon, DYY ve döviz kuru gibi değişkenleri kullanarak analiz etmişlerdir. Çalışmada işgücü, sanayileşme, DYY ve döviz kurunun ihracatı olumlu etkilediği ancak enflasyonun ihracatı negatif etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Oo vd. (2019), 2000-2015 dönemi için panel ARDL metodu ile ASEAN ülkelerinin ihracat performansının belirleyicilerini faiz oranı, ekonomik büyüme ve DYY gibi değişkenleri kullanarak analiz etmişlerdir. Çalışmada ASEAN ülkelerinin ihracat performansı ile faiz oranı, ekonomik büyüme ve DYY gibi ihracatın belirleyicilerinin uzun dönemli bir ilişkiye sahip olduğu bulgusuna varılmıştır.

Thuy ve Thuy (2019), 2000'in ilk çeyreğinden 2014'ün dördüncü çeyreğine kadar olan dönem için ARDL sınır testi yaklaşımı uygulayarak Vietnam için uzun vadede reel efektif döviz kurunun ihracatı pozitif etkilediği; fakat kısa vadede reel efektif döviz kurunun ihracatı negatif etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Dalango (2020), 1981-20018 dönemi verileri ile Etiyopya'da ihracat performansının belirleyicilerini ARDL modeli kullanılarak araştırmıştır. Çalışmada uzun vadede Etiyopya'da DYY ve kişi başı GSYİH'nin ihracatla pozitif etkilediği, enflasyon oranının ise negatif bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışma öte yandan DYY, kişi başına düşen GSYİH ve sermaye

oluşumunun kısa dönemde Etiyopya'nın ihracat performansını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, enflasyon oranının ise kısa vadede ihracatı olumsuz etkilediği bulgusuna varılmıştır.

Hassan vd. (2022), 1979-2019 dönemi için ARDL sınır testi yaklaşımı ile Kanada'nın ihracat performansının belirleyicilerini reel faiz oranı, reel efektif döviz kuru, enerji tüketimi, kamu tüketim harcamaları ve nüfus gibi değişkenleri kullanarak analiz etmiştir. Çalışmada Kanada'da nüfus büyüklüğünün ihracat performansını yalnızca uzun vadede etkilediği, fakat diğer tüm değişkenlerin hem uzun hem de kısa vadede ihracat performansını etkiledikleri bulgusuna ulaşılmıştır.

2. Veri Seti, Model ve Yöntem

MINT ülkelerine ait verilerin ulaşılabilir olma kısıtı nedeniyle analizde başlangıç yılı olarak 1994 ve bitiş yılı ise 2019 seçilmiştir. Çalışmada Dünya Bankası, UNCTAD ve FRED (Federal Reserve Economic Data) veri tabanlarından bu döneme ait elde edilen yıllık seriler kullanılmıştır. Ayrıca MINT ülkelerinin gelişmekte olan ülkeler olması ve dünyanın dört farklı kıtasında yer almaları bu örneklem grubunun seçilmesinde etkili olmuştur.

Tablo 1'de modelde yer alan değişkenler, kısaltmalar ve veri kaynakları yer almaktadır.

Tablo 1. Değişkenler, Kısaltma ve Veri Kaynakları

Değişkenler	Değişkenlerin Kısaltması	Veri Kaynağı
İhracat (Sabit Fiyatlarla Milyon \$)	Export	UNCTADSTAT
GSYİH (Sabit 2015 yılı \$ Fiyatlarıyla)	GDP	UNCTADSTAT
İşgücüne Katılım Oranı (15-64 yaş arası toplam nüfusun yüzdesi)	Labor	World Bank
Sanayi (İnşaat Dâhil, Katma Değer- GSYİH'nin yüzdesi)	Industry	World Bank
Enflasyon (Tüketici Fiyatları- (Yıllık %))	Inflation	World Bank
Doğrudan Yabancı Yatırım (Net Çıkışlar- GSYİH'nin yüzdesi)	FDI	World Bank
Reel Efektif Döviz Kuru	REER	FRED((Federal Reserve Economic Data)

*Çalışmada Stata 15 paket programından yararlanılmıştır.

Modelde ihracatı temsilen Export değişkeni bağımlı değişken, GSYİH, sanayileşme, işgücü, enflasyon, DYY, reel efektif döviz kuru değişkenleri ise bağımsız değişkenler olarak yer almıştır. Ayrıca modelde kullanılan değişkenlerden Export, GDP ve REER değişkenleri için logaritmik değerler kullanılmıştır. Tablo 1'de yer alan değişkenlerden hareketle ihracat üzerinde

etkili olan faktörlerin belirlenmesi maksadıyla doğrusal regresyon modeli aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

$$Export_{it} = \alpha + \beta_1 GDP_{it} + \beta_2 Labor_{it} + \beta_3 Industry_{it} + \beta_4 Inflation_{it} + \beta_5 FDI_{it} + \beta_6 REER_{it} + u_{it}$$

$$i = 1, \dots, N \quad t = 1, \dots, T$$

Export, sabit 2015 fiyatlar ile ABD doları cinsinden ifade edilen toplam mal ihracatı olup bir ekonominin topraklarına girerek, bir ekonominin maddi kaynakları stokuna eklenen malların değerini ölçmektedir.

GDP, sabit (2015) fiyatlar ile gayrisafi yurt içi hasılayı ifade eder.

Labor, belirli bir dönemde mal ve hizmet üretimi için emek arz eden, 15 yaş ve üstü aktif nüfusun oranı olarak işgücüne katılım oranını ifade eder.

Industry, Uluslararası Standart Endüstriyel Sınıflandırma (ISIC) tarafından belirlenen sanayi, madencilik, imalat, inşaat, elektrik, su ve gaz sektörlerindeki katma değerleri ifade eder.

Inflation, tüketici fiyat endeksi (TÜFE) ile ölçülen, sabitlenebilen veya yıllık gibi belirli aralıklarla değiştirilebilen bir mal ve hizmet sepetini edinmenin ortalama tüketiciye maliyetindeki yıllık yüzde değişimi ifade eder.

FDI, doğrudan yabancı yatırımlar olarak bir ekonomideki doğrudan yatırım sermayesi akışlarını ifade eder.

REER, bir para biriminin o ülkenin dış ticaretinde büyük paya sahip birkaç yabancı para biriminin ağırlıklı ortalamasına karşı değerinin bir ölçüsü olan nominal efektif döviz kurunun bir fiyat deflatörüne veya maliyet endeksine bölünmesini ifade eder.

U ise bir hata terimini ifade eder.

Bu çalışmada Meksika, Endonezya, Nijerya ve Türkiye’den oluşan MINT ülkelerinin ihracat performanslarının belirleyicileri panel veri analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Panel veri, bireyler, ülkeler, firmalar, hane halkları gibi birimlere ait yatay kesit gözlemlerin belli bir dönemde bir araya getirilmesi olarak ifade edilmektedir. Bu noktada panel veri, hem zaman serisi hem de yatay kesit gözlemlerini eş zamanlı bulundurması sebebiyle daha fazla veri ile çalışma olanağı sunmaktadır. Klasik model, tüm gözlemlerin homojen yani sabit ve eğim parametrelerinin birimlere ve zamana göre sabit olduğu; sabit etkiler modeli, zaman eğim parametreleri bütün yatay kesit birimler için aynı iken sabit parametre birim etki içermesi sebebiyle birimden birime değiştiği; tesadüfi etkiler modeli ise birim etkinin sabit olmadığı, sabit parametre içerisinde değil de tesadüfi olduğundan hata payı içerisinde yer alan doğrusal panel modelleridir (Tatoğlu, 2018). Bu bağlamda çalışmada ilk olarak verilerin birim ile zaman etkisini tespit etmek ve klasik modelin karşısında sabit etkiler modelinin kullanılıp kullanılmayacağını belirlemek amacıyla F testi yapılacaktır. F testi için

“ H_0 : Birim ve zaman etkisi bulunmamaktadır” şeklinde bir hipotez kurulacak ve olasılık değerinin 0.05’ten küçük olması durumunda H_0 hipotezi reddedilecektir. Böyle bir durumda sabit modelle devam edilmesi uygun olacaktır. Diğer yandan panel veri analizinde sabit etkiler ve tesadüfi (rassal) etkiler modelinden hangisinin kullanılacağına karar verilmesi için de Hausman testi yapılacaktır. Hausman testinde “ H_0 : Tesadüfi etkiler vardır” şeklinde bir hipotez kurulacak ve olasılık değerinin 0.05’ten küçük olması durumunda H_0 hipotezi reddedilecektir. Böyle bir durumda ise yine sabit modelle devam edilmesi uygun olacaktır. Daha sonra otokorelasyon, değişen varyans ve yatay kesit bağımlılığı testleri yapılacak ve uygun tahmin metotları kullanılarak panel veri modeli tahmin edilecektir.

3. Analiz Bulguları

Tablo 2. Korelasyon analizi

Değişkenler	Export	GDP	Labor	Industry	Inflation	FDI	REER
Export	1.0000						
GDP	0.9290	1.0000					
Labor	0.3038	0.2192	1.0000				
Industry	0.1303	0.0933	0.8199	1.0000			
Inflation	-0.5784	-0.4112	-0.3090	-0.0961	1.0000		
FDI	0.3643	0.2548	0.2786	0.2244	-0.2216	1.0000	
REER	-0.0110	-0.0917	0.0558	-0.0389	-0.3644	0.1291	1.0000

Tablo 2 incelendiğinde yapılan korelasyon analizi ile MINT ülkeleri için ihracatın gayrisafi yurt içi hasıla, işgücü, sanayileşme ve doğrudan yabancı yatırımlar değişkenleri ile pozitif bir ilişki içerisinde olduğu görülür. MINT ülkelerinin ihracat performansını etkileyen faktörler arasında etkisi en fazla olan değişkenin ise GSYİH’nin olduğu söylenebilir. Diğer yandan ihracat ile enflasyon ve reel efektif döviz kuru değişkenleri arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır. Fakat enflasyonun ihracat performansı üzerindeki olumsuz etkisinin reel efektif döviz kuru değişkenine göre daha fazla olduğu göze çarpmaktadır.

Panel veri analizi yapılırken yapılacak birtakım testler ile uygun model belirlenebilmektedir. Bu test sonuçlarını göz önünde bulundurmak daha güvenilir sonuçlar elde edilmesine yardımcı olmaktadır. Panel veri modelleri havuzlandırılmış en küçük kareler model, sabit etkili model ve tesadüfi etkili modeller olarak üç ayrı grupta ele alınmaktadır. Bu çerçevede ilk olarak verilerin birim ve zaman etkisini tespit etmek ve havuzlandırılmış en küçük kareler modeli ile sabit etkiler modelinden hangi modelin kullanılıp kullanılmayacağına karar vermek amacıyla F testi yapılmıştır.

Tablo 3. F Testi

	İstatistik	Olasılık
Export it	5.62	0.0014

Tablo 3'te yer alan F testi istatistik ve olasılık sonuçları göz önünde bulundurulduğunda olasılık değerinin 0.05'ten küçük olmasından dolayı " H_0 : Birim ve zaman etkisi bulunmamaktadır" şeklinde kurulan hipotez reddedilmiştir. Sonuç olarak havuzlandırılmış en küçük kareler modeline göre sabit modelin kullanılmasının uygun olacağı söylenebilir.

Tablo 4. Havuzlandırılmış En Küçük Kareler Modeli Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	t-istatistiği	Olasılık
GDP	1.364936	24.02	0.000
Labor	.0120761	1.43	0.157
Industry	-.0069787	-1.06	0.293
Inflation	-.0098054	-6.19	0.000
FDI	.2320106	3.57	0.001
REER	-.1478586	-1.26	0.209
Sabit	-6.432683	-5.90	0.000
Gözlem Sayısı	R ²	F(6,97)	prob>F
104	0.9232	194.45	0.0000

Tablo 4'teki havuzlandırılmış en küçük kareler model sonuçları incelendiğinde çoğu değişkenin ihracat üzerindeki etkisinin beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülür. Daha sonra sabit etkiler modeli ve tesadüfi etkiler modeli arasında hangi modelin daha uygun olduğunun veya sabit etkiler modelinin çalıştırılmasının daha uygun olup olmadığının öğrenilmesi amacıyla Hausman testi yapılmış ve test sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Hausman Testi

Değişkenler	(b) Sabit Etki	(B) Tesadüfi Etki	(b-B) Fark
GDP	1.592977	1.364936	.2280403
Labor	.0043792	.0120761	-.0076969
Industry	.0321408	-.0069787	.0391195
Inflation	-.0105396	-.0098054	-.0007342
FDI	.186368	.2320106	-.0456427
REER	-.3307914	-.1478586	-.1829327
Prob>chi2 = 0.0076			

Hausman testinde yer alan istatistik ve olasılık sonuçları göz önünde bulundurulduğunda olasılık değerinin 0.05'ten küçük olmasından dolayı " H_0 : Tesadüfi etkiler vardır" şeklinde kurulan hipotez reddedilmiş ve sabit etkiler

modelinin kullanılmasının tesadüfi etkiler modeline göre daha uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6. Sabit Etkiler Modeli Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	t-istatistiği	Olasılık
GDP	1.592977	15.63	0.000
Labor	.0043792	0.31	0.761
Industry	.0321408	2.82	0.006
Inflation	-.0105396	-6.18	0.000
FDI	.186368	2.98	0.004
REER	-.3307914	-2.62	0.010
Sabit	-9.399088	-5.57	0.000
Gözlem Sayısı	R²	F(6,94)	prob>F
104	0.8776	112.30	0.0000

Tablo 6 incelendiğinde sabit ekiler modeline göre bağımlı değişken olan ihracat ile işgücü değişkeni dışında bağımsız değişkenler GSYİH, sanayileşme, enflasyon, doğrudan yabancı yatırımlar ve reel efektif döviz kuru değişkenleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca değişkenlere ait olasılık değerlerinin 0,05'den düşük olması sabit etkiler modelinin anlamlı olduğunu işaret etmektedir.

Tablo 7. Tesadüfi Etkiler Modeli Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	z-istatistiği	Olasılık
GDP	1.364936	24.02	0.000
Labor	.0120761	1.43	0.154
Industry	-.0069787	-1.06	0.290
Inflation	-.0098054	-6.19	0.000
FDI	.2320106	3.57	0.000
REER	-.1478586	-1.26	0.206
Sabit	-6432683	-5.90	0.000
Gözlem Sayısı	R²	wald chi2(6)	prob > chi2
104	0.8595	1166.68	0.0000

Tablo 7 incelendiğinde ise tesadüfi etkiler modeline göre bağımlı değişken olan ihracat ile bağımsız değişkenler GSYİH, enflasyon ve doğrudan yabancı yatırımlar değişkenleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılırken işgücü, sanayileşme ve reel efektif döviz kuru arasında ise anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Uygun modelin sabit etkili model olduğu belirlendiğinden bundan sonraki analizlerde sabit etkili modele ilişkin temel varsayımlar test edilmiştir. Bu

doğrultuda otokorelasyon varsayımı için Bhargava vd. (1982)'nin Durbin-Watson ve Baltagi-Wu (1999) LBI (Locally Best Invariant) testi, değişen varyans varsayımı için Değiştirilmiş Wald testi ve yatay kesit bağımlılığı varsayımı için ise Breusch- Pagan (1980) ve Pesaran (2004) CD testi uygulanmıştır.

Otokorelasyon, gözlemlerin sürekli olması sebebiyle panel veri modellerinde regresyon hatalarının zaman içinde bağımsız olarak dağıtılmadığı durumlarda ortaya çıkmaktadır (Pesaran, 2015). Tablo 8'deki Durbin Watson ve Baltagi-Wu test sonuçları incelendiğinde her iki test için de kritik değer olan 2'den küçük olduğundan modelde otokorelasyon sorununun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 8. DurbinWatson ve Baltagi-Wu Test sonuçları

Durbin-Watson	0.59656455
Baltagi-Wu LBI	0.75656675

Sabit ekiler modelinde gruplar arası değişen varyans probleminin olup olmadığını sınamak amacıyla Değiştirilmiş Wald testi (Greene, 2000) yapılmış ve " H_0 : Varyanslar, birimlere göre homeskedastiktir" şeklinde temel bir hipotez kurulmuş ve test sonuçları Tablo 9'da gösterilmiştir. Sonuçlara göre olasılık değeri 0.05'ten küçük olduğu için H_0 hipotezi reddedilmekte ve birimlere göre heteroskedasitenin olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 9. Değiştirilmiş Wald Testi Sonuçları

chi2 (4)	29.43
Prob>chi2	0.0000

Panel veri modellerin genel varsayımlardan biri hata terimlerinin birimlere göre bağımsız olduğudur. Fakat yatay kesit birimler boyunca hataların eş zamanlı korelasyona sahip olması genellikle görülebilmekte ve bu durum korelasyon matrisinin birim matris olmasına engel olmaktadır. Bu yüzden birimler arası korelasyonsuzluk varsayımının test edilmesi gerekmektedir (Tatoğlu, 2018). Birimler arası korelasyonun var olup olmadığını test etmek için Breusch- Pagan Lagrange Çarpanı testi ve Pesaran (2004) CD testi uygulanmış ve test sonuçları Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. Yatay Kesit Bağımlılık Testi

Breusch-Pagan LM test of independence: chi2(6) =	25.657	Pr = 0.0003
Pesaran's test of cross sectional independence =	2.139	Pr = 0.0324

Tablo 10'daki hem Breusch- Pagan Lagrange Çarpanı testi hem de Pesaran (2004) CD testi sonuçları incelendiğinde olasılık değerleri 0.05'ten küçük olduğundan birimler arası korelasyonsuzluğu işaret eden H_0 : Birimler arası

korelasyon yoktur” şeklindeki hipotez reddedilmiş ve birimler arasında korelasyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Değişen varyans, otokorelasyon ve yatay kesit bağımlılığı varsayımlarından en az bir tanesinin var olması durumunda yapılacak tahminler etkin ama tutarsız olacaktır. Böyle bir durumda, ya varlıkları durumunda uygun yöntemler ile tahmin yapılmalı ya da parametre tahminleri aynı şekilde bırakılarak dirençli standart hatalar elde edilmelidir (Tatoğlu, 2018). Driscoll-Kraay dirençli standart hatalar yöntemi, hata yapısının heteroskedastik yani değişen varyans içerdiğini, bazı gecikmelere kadar otokorelasyona sahip olduğunu ve hataların gruplar arasında korele olduğunu öne sürmektedir (Driscoll-Kraay, 1998; Hoechle, 2007). Yapılan testler ile sabit etkiler modelinde değişen varyans, otokorelasyon sorunu ve birimler arası korelasyon olduğu sonuçları göz önünde bulundurulduğunda tutarlı ve etkin katsayı tahminlerinin yapılabilmesi için Driscoll-Kraay standart hatalar ile sabit etkiler regresyonu tahmin edilmiştir. Driscoll-Kraay standart hatalı sabit etkiler tahmincisi sonuçları Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Driscoll-Kraay Standart Hatalı Sabit Etkiler Model Tahmini

Değişkenler	Katsayı	Driscoll-Kraay Standart Hata	t-istatistiği	Olasılık
GDP	1.592977	.1952337	8.16	0.004*
Labor	.0043792	.0101409	0.43	0.695
Industry	.0321408	.0101181	3.18	0.050**
Inflation	-.0105396	.0019283	-5.47	0.012**
FDI	.186368	.0410238	4.54	0.020**
REER	-.3307914	.1271326	-2.60	0.080***
Sabit	-9.399088	2.810055	-3.34	0.044
Gözlem Sayısı	R²	Prob>F	F(6, 3)	
104	0.8776	0.0012	116.06	

***, **, ve * sırasıyla %1, %5, %10 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

Driscoll-Kraay sabit etkiler modelinin tahmin sonuçları değerlendirildiğinde GSYİH, sanayileşme, enflasyon, doğrudan yabancı yatırımlar ve reel efektif döviz kuru değişkenlerinin istatistiksel olarak anlamlı oldukları ve MINT ülkelerinin ihracat performansını etkiledikleri göze çarpmaktadır. Model incelendiğinde bağımsız değişkenlerden işgücü değişkeni ise beklendiği gibi pozitif katsayıya sahip fakat istatistiksel olarak anlamlı çıkmamıştır. Diğer yandan GSYİH’nin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve MINT ülkelerinin ihracatını en fazla etkileyen değişken olduğu görülmektedir. Öyle ki MINT ülkelerinin GSYİH’sinde meydana gelecek bir birimlik artış ihracat performansında 1.59 birimlik bir artışa neden olacaktır. Sanayileşme değişkeni pozitif bir katsayıya sahip olup ihracat performansını olumlu

etkilemektedir. İstatiksel olarak sanayileşmede meydana gelecek bir birimlik artışın ihracat performansını 0.030 birim arttıracakı söylenebilir. Enflasyon değışkeni incelendiğinde değışken katsayısının negatif işaretli olduğu yani enflasyondaki artışın bu ülkelerin ihracat performanslarını olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılabılır. Nitekim bu ülkelerin enflasyon oranlarında meydana gelecek bir birimlik artış bu ülkelerin ihracat performansını 0.010 birim azaltacaktır. Doğrudan yabancı sermaye çıkışlarının ihracat performansı üzerindeki etkisine bakıldığında ise olumlu etkisi olduğu görölmektedir. Doğrudan yabancı sermaye çıkışlarında meydana gelecek bir birimlik artışın bu ülkelerin ihracat performansı üzerinde 0.18 birimlik bir artışa neden olacağı söylenebilir. Ülkelerarası fiyat ve maliyet farklılıklarını göz önünde bulundurarak yerli paranın reel değeriölçen reel efektif döviz kuru değışkeni incelendiğinde ise bu değışkenin beklendiği gibi negatif işarete ve anlamlı bir istatistiğe sahip olduğu görölmektedir. Reel efektif döviz kuru endeksinde meydana gelecek bir azalışın yerli paranın reel olarak değeri kaybedeceği ve bunun da ülke mallarının fiyatının diğer ülkelerdeki mallara nazaran daha ucuzlayarak ihracat üzerinde olumlu etkiler yaratacağı bilinmektedir. Bu bağlamda modelde yer alan reel efektif döviz kuru değışkeninde meydana gelecek bir birimlik azalışın MINT ülkelerinin ihracat performansını 0,33 birim arttıracakı Tablo 11’de görölmektedir.

Sonuç

Gelişmekte olan ülkelerin kalkınma stratejilerinin bir parçası olarak ihracatın, ülke ekonomilerinin büyümesini teşvik ederken dış ticaret ile ilgili imkânların geliştirilmesine, teknolojik bilgi transferine ve verimlilikte bir artışa yol açtığı bilinmektedir. Ayrıca ihracat, ülkelerin sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşmada sunduğu avantajlar nedeniyle büyük öneme sahiptir. İhracatın bu olumlu etkileri göz önünde bulundurulduğunda ihracat performansının arttırılmasına dönük politikalar ön plana çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı, panel veri analizi yöntemi kullanılarak 1994-2019 dönemi verileri ile MINT ülkelerinde ihracat performansını etkileyen unsurları incelemektir. Çalışmada kullanılan veriler, Birleşmiş Milletler UNCTADSTAT, Dünya Bankası ve FRED (Federal Rezerv Ekonomik Verileri) veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmada ilk olarak korelasyon analizi yapılmış ve ihracatın GSYİH, işgücü, sanayileşme ve DYY değışkenleri ile pozitif; enflasyon ve reel efektif döviz kuru değışkenleri ile negatif bir ilişki içerisinde olduğu görölmüştür. Daha sonra verilerin birim ve zaman etkisini tespit etmek ve sabit etkiler modelinin mi yoksa tesadüfi etkiler modelinin mi uygun olduğunu öğrenmek amacıyla Hausman testi yapılmış ve test sonucuna göre sabit modelin kullanılmasının uygun olacağı sonucuna varılmıştır.

Bu aşamadan sonra otokorelasyon varsayımı için Durbin-Watson ve Baltagi-Wu testi, değişen varyans varsayımı için Değiştirilmiş Wald testi ve yatay kesit bağımlılığı varsayımı için ise Breusch- Pagan (1980) ve Pesaran (2004) CD testi yapılmıştır. Durbin Watson ve Baltagi-Wu test sonuçları incelendiğinde otokorelasyon sorununun olduğu, Değiştirilmiş Wald testi incelendiğinde değişen varyans sorunu olduğu ve yatay kesit bağımlılık testleri incelendiğinde ise birimler arasında korelasyon olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durumda, değişen varyansın varlığı, otokorelasyon sorunu ve yatay kesit bağımlılığının olması varsayımını göz önünde bulunduran Driscoll-Kraay dirençli standart hatalar yöntemi kullanılmıştır. Driscoll-Kraay sabit etkiler modelinin tahmin sonuçları değerlendirildiğinde GSYİH, sanayileşme, enflasyon, DYY ve reel efektif döviz kuru değişkenlerinin MINT ülkelerinin ihracat performansını etkiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Fakat sanayileşme ve DYY'e ek olarak MINT ülkelerinin ihracatını en olumlu etkileyen değişkenin GSYİH olduğu görülmektedir. Bununla birlikte enflasyon ve reel efektif döviz kurunun ihracat performansı üzerinde beklendiği gibi negatif etkilere sahip oldukları bir diğer önemli bir bulgu olarak göze çarpmaktadır. Çalışmada ulaşılan bulgular bir bütün olarak değerlendirildiğinde hızlı büyüme potansiyeline sahip MINT ülkelerinin doğrudan yabancı sermayeyi çekebilecek, imalat sanayi gibi sektörlerdeki katma değerleri arttıracak politikaları ön plana çıkarmalarının bu ülkelerin ihracat performanslarını ve buna bağlı olarak gayrisafi yurt içi hasıllarını arttırmalarına yardımcı olabileceği söylenebilir. Diğer taraftan bu ülkelerde ortalama fiyatlar genel düzeyinin ılımlı bir düzeyde olması ve döviz kurlarındaki oynaklığın az olması bu ülkelerin ihracat performanslarında belirleyici unsurlar olabilecektir. Ayrıca bu çalışmanın analizi dışında kalan reel faiz oranı, enerji tüketimi, kamu tüketim harcamaları, yurt içi talep, dış talep, dış gelir, brüt sabit sermaye oluşumu gibi değişkenlerin kullanılarak benzer analizin farklı ülke veya ülke grupları için yapılması yararlı olacaktır.

Kaynakça

1. Anagaw, B. K. & Demissie, W.M. (2013). Determinants of Export Performance in Ethiopia: VAR Model Analysis, *Journal of Research in Commerce and Management*, 2(5), 54-109.
2. Baltagi, H.B. & Wu. P.X. (1999). Unequally Spaced Panel Data Regressions With Ar(1) Disturbances, *Econometric Theory*, Cambridge University Press, 15(6), 814-823.
3. Bhargava, A., Franzini, L., & Narendranathan, W. (1982). Serial Correlation and the Fixed Effects Model, *The Review of Economic Studies*, 49(4), 533-549.
4. Bhavan, T. (2016). The Determinants of Export Performance: The Case of Sri Lanka, *International Research Journal of Social Sciences*, 5(8), 8-13.
5. Breusch, T.S. & Pagan, A.R. (1980). The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Modelspecification Tests in Econometrics, *Review of Economic Studies*, 47(1), 239-53.
6. Dalango D. (2020). Determinants of Export Performance in Ethiopia (Time series analysis). *European Journal of Business and Management*, 12(28), 6-12.
7. Driscoll J.C & Aart C. K. (1998). Consistent Covariance Matrix Estimation with Spatially Dependent Panel Data, *Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549-560.
8. Greene, W.H. (2002). *Econometric Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
9. Hassan, M.S., Kausar, A. & Arshed, N. (2022). Investigating Export Determinants: A Time Series Evidence From Canada, *SAGE Open*, 12(2), 1-13.
10. Herve D. B. G., Amoro G., Mahfoudh R. S. & Constant N. Z. S. (2014). The Determinants of Export Performance: The Case Study of Zanzibar Export. *International Journal of Economics and Finance*, 6(6), 95-102.
11. Hoechle D. (2007). Robust Standard Errors for Panel Regressions with Cross-Sectional Dependence, *The Stata Journal*, 7(3), 281-312.
12. Jongwanich, J. & Kohpaiboon, A. (2008). Export Performance, Foreign Ownership, and Trade Policy Regime: Evidence from Thai Manufacturing, *ADB Economics Working Paper Series*, No. 140.
13. Karagöz, K. (2016). Determining Factors of Turkey's Export Performance: An Empirical Analysis, *Procedia Economics and Finance*, 38, 446-457.
14. Keho, Y. (2018). The Causal Nexus between Exports and Economic Growth: Evidence on the Role of Omitted Variables. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(4), 335-344.

- 15.Kokotović, F. & Kurečić, P. (2016). The MINT Countries: A Regression Analysis of the Selected Economic Features, *International Journal of Management Science and Business Administration*, 2(5), 21-31.
- 16.O'Neill J. (2013). Who you calling a BRIC? Bloomberg View. <https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2013-11-12/who-you-calling-a-bric-?leadSource=uverify%20wall>. Erişin Tarihi. 10.11.2022.
- 17.Oo, T., Kueh, J. & Hla, D.T. (2019). Determinants of Export Performance in ASEAN Region:Panel Data Analysis, *International Business Research*, 12(8), 1-14.
- 18.Peseran, M. H. (2004). General Diagnostic Tests for Corss Section Dependence in Panels, *IZA Discussion Paper*, 1240.
- 19.Pesaran, M., H. (2015). *Time Series and Panel Data Econometrics*, Oxford University Press.
- 20.Skosan S. V. & Kabuya F. I. (2014). An Empirical Analysis of Determinants of Swaziland's Export Performance, *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 16(1), 197-212.
- 21.Tatoğlu, F. Y. (2018). *Panel Veri Ekonometrisi*, Beta Yayıncılık, 4.baskı, İstanbul
- 22.Thuy V. N. T. & Thuy D. T. T. (2019). The İmpact of Exchange Rate Volatility on Exports in Vietnam: A Bounds Testing Approach. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(1), 1–14.
- 23.Tovonjatovo S & Dong Y. (2015). Determinants of Export Growth Rate: The Case of Madagascar, *International Journal of Economics and Finance*, 7(9), 105- 111.
- 24.Uysal, Ö. & Mohamoud, A.S. (2018). Determinants of Export Performance in East Africa Countries, *Chinese Business Review*, 17(4), 168-178.

**RASYONEL SEÇİM TEORİSİ VE TURİZM
ARAŞTIRMALARINDA KULLANIMI**

Dr. Öğr. Üyesi Nihat ÇEŞMECİ

*Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
ORCID: 0000-0003-0736-4133*

Giriş

Rasyonellik, sadece ekonomide değil, sosyal bilimlerin büyük bir bölümünde insan davranışlarını kestirebilmek için yıllardır kullanılan temel varsayımlardan biridir. Rasyonel Seçim Teorisi de bu nedenle çok sayıda teoriye ve modele ilham olmuştur. Beklenen Fayda Teorisi, Oyun Teorisi ve Beklenti Teorisi gibi teorilerin temel dayanakları rasyonelliktir. Her ne kadar çokça eleştirilmiş olsa da Rasyonel Seçim Teorisi yıllardır farklı disiplinlerdeki araştırmacılarca kullanılmış ve bazı değişikliklerle de olsa, hâlâ birçok farklı alanda insanların seçimlerini ya da tercihlerini açıklamakta kullanılmaktadır. Turizm disiplini özelinde bakıldığında, teorinin araştırmalarda ne sıklıkla kullanıldığı ve hangi konuların incelenmesi için temel teşkil ettiği konusunda çok fazla bilgi bulunmamaktadır. Örneğin, Dogan (2022) tarafından ulusal turizm literatürüne yönelik yapılan araştırmada, 2016-2020 yılları arasındaki 171 teorik temele dayandırılmış makale incelenmiş ancak bunlar arasında Rasyonel Seçim Teorisi'ne dayanan herhangi bir çalışma tespit edilememiştir. Bu nedenle bu çalışmanın temel amacı, Rasyonel Seçim Teorisi hakkında bilgi vererek, geçirdiği evrimi ele almak ve genel olarak pazarlama, turizm ve turizm pazarlaması araştırmalarında kullanım alanlarını tespit edebilmektir. Bunu yapmak için, özellikle yabancı veri tabanlarından elde edilecek ikincil verilere başvurarak literatür taraması yöntemi uygulanmıştır. Çalışma iki ana bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde, Rasyonel Seçim Teorisinin ortaya çıkışı, temel varsayımları, eleştiriler sonrasında yapılan gözden geçirmeler ve uygulama alanı bulunduğu disiplinler ele alınmıştır. İkinci bölümde ise teorinin pazarlama ve özellikle turizm ve turizm pazarlaması disiplinlerindeki kullanım alanlarından bahsedilmiştir.

Rasyonel Seçim Teorisi'nin Ortaya Çıkışı ve Temel Varsayımları

Rasyonel Tercih Teorisi olarak da bilinen Rasyonel Seçim Teorisi, Aydınlanma Çağı ile birlikte ortaya atılan akılcılık ve rasyonellik fikirleri ile birlikte doğmaya başlamıştır. Thomas Hobbes (1588–1679), Adam Smith (1723–1790) ve Jeremy Bentham (1748–1832) gibi düşünürler, fikirleriyle, Rasyonel Seçim Teorisi'nin farklı bilim alanlarında kullanımına zemin hazırlamışlardır (Sutton, 2001). Teorinin asıl ortaya çıktığı bilim alanı ekonomidir ve fikir babası olarak da Adam Smith kabul edilebilir (Boudon, 1998: 827). “Wealth of Nations” adlı eserinde çok belirgin bir şekilde olmasa da rasyonellik konusunda birçok tartışmaya yer verilmiştir (Boudon, 2003: 15; Blume ve Easley, 2008: 1). Teorinin gelişmesi, olgunlaşması ve davranış bilimlerinde yer edinmesinde “Faydacılık Ahlakının” (Utilitarizm) öncüsü sayılan filozof Jeremy Bentham'ın

katkısı oldukça önemlidir. Faydayı “bireyin içsel mutluluğu ile ölçülebilen psikolojik bir olgu” olarak tanımlayan düşünür, “haz hesabı” (hedonic calculus) kavramını da öne sürerek, insanların doğa tarafından “acı” ve “zevk” ile yönlendirilmekte olduğunu ve kararlarını en fazla içsel mutluluk (fayda) sağlayacak şekilde verdiklerini ifade etmektedir (Lewin,1996). Rasyonel Seçim Teorisi’nin en önemli savunucusu, yaygınlaşmasını sağlayan ve farklı disiplinlerde kullanımına ön ayak olan ise, 1992’de ekonomi dalında Nobel ödülü sahibi olan Gary Becker’dir. Becker (1993), çalışmalarında rasyonelliğe davranışsal açıdan da yaklaşmakta ve teoremin sadece ekonomik alanda değil, siyaset biliminde, sosyolojide, sosyal psikolojide ve hatta kriminolojide kullanımına ön ayak olmaktadır.

Rasyonel Seçim Teorisi’nin temel varsayımı; her insanın (aktörün) kararını rasyonel bir karar alma süreci içinde verdiğidir. Bu rasyonellik, insanın bir şeyden elde edeceği faydalarla, kaybedeceklerini (katlanacağı maliyetleri) tartması olarak ifade edilmektedir. İnsanların her zaman elde edecekleri faydaları arttırmaya çalışırken, feda edeceklerini (kaybedeceklerini) de azaltmaya çalıştıkları teoremin temel ön kabuldür (Tversky ve Kahneman, 1981: 453).

Rasyonel Seçim Teorisi’ne göre, Becker (1998: 3)’in ifade ettiği gibi, insanlar:

1. Elde edecekleri faydayı maksimize etmeye çalışmakta;
2. Belli sabit seçenekler seti içinde bulunan elemanlar arasından seçim yapmakta ve
3. Seçeneklerin bulunacağı sete optimal sayıda seçenek biriktirmek için farklı pazarlardan bilgi toplamaktadır.

Seçenekler arasından tercih yapan bir kişinin tercihine yönelik ise, dört temel ön kabul (axiom) bulunmaktadır (Mas-Colell v.d., 1995: 8):

1. Kişi belli bir tercih seti ile karşılaşmaktadır
2. Her bir alternatif çifti için (örneğin A ve B), kişi A’yı B’ye tercih eder veya B’yi A’ya, ya da ikisi arasında bir fark görmemektedir (axiom of completeness).
3. Tercihler aralarında geçişlidir (axiom of transitivity), yani eğer kişi A’yı B’ye tercih ediyorsa ve B’yi C’ye tercih ediyorsa, bu durumda A’yı da C’ye tercih edecektir.
4. Kişi en çok tercih ettiği alternatifi seçecektir. Eğer kişi iki veya daha fazla seçenek arasında fark görmüyorsa, en az tercih ettiği seçenekleri eledikten sonra, en çok tercih ettikleri arasından birini seçecektir veya tercih yapmayacaktır.

Bu ön kabullerden yola çıkarak, üç farklı tercih durumunun oluştuğu belirtilmektedir (McClennen, 1990: 1):

1. Kesin tercih (strict preference): kişi A'yı B'ye tercih etmez ve B'yi A'ya tercih ederse;
2. Zayıf tercih (weak preference): kişi A ve B arasında büyük bir fark görmüyorsa ve A'yı B'ye göre veya B'yi A'ya göre biraz daha fazla tercih ederse.
3. Kayıtsızlık durumu (indifference): ne A'yı B'ye ne de B'yi A'ya tercih etmiyorsa.

Rasyonel Seçim Teorisi'ne Yöneltilen Eleştiriler ve Uygulama Alanı Bulduğu Disiplinler

Temel olarak yukarıda sayılan özellikleri ve ana fikri içeren Rasyonel Seçim Teorisi zamanla çok sayıda eleştiriye uğramış ve geliştirilmeye çalışılmıştır. Yapılan eleştirilerden birincisi, modelin sadece şimdiki zamanı içermesi, yani statik olmasıdır. İnsan sadece şimdiki zamana yönelik değil, geleceğe yönelik de birçok tercih ve seçim yapmak zorundadır. Bu eleştiriye cevap olarak, dinamik tercih modeli [Dinamik Karar Teorisi (McClennen, 1990)] geliştirilmiştir. Bu model yine fayda maksimizasyonuna dayanmakta, ancak sadece şimdiki zamana yönelik değil, geleceğe yönelik de fayda maksimizasyonu sağlanmaktadır. Bu model, özellikle ekonomi ve finansman alanındaki birikim ve yatırım teorilerinin de önemli bir bileşeni haline gelmiştir (McClennen, 1990: 99).

Rasyonel Seçim Teorisi'ne yöneltilen ikinci bir eleştiri ise, teorideki bilgi işleme süreci ile ilgilidir. İnsanların birkaç farklı seçeneği değerlendirirken belki de çok zorlanmayacakları, ancak seçenek sayısı arttıkça karar vermenin de güçleşeceği vurgulanmaktadır. Bu eleştirilerin "sınırlı rasyonellik" modelinin ve kavramın oluşmasındaki rolü büyüktür. Sınırlı rasyonellik (bounded rationality) kavramı ilk kez Herbert A. Simon tarafından 1955 yılında kullanılmaktadır. Simon (1955: 101)'a göre insan organizmasının belli bazı sınırları vardır ve bu sınırlar rasyonel karar verme sürecinde gerekli olan veri işleme kapasitesi için de geçerlidir. Bu nedenle, Rasyonel Seçim Teorisi'ni daha gerçekçi, elastik ve kullanılabilir hale getirmek için insan davranışlarının dikkate alınması gerektiğini önermektedir.

Teoriye yöneltilen üçüncü bir temel eleştiri, bilgi yetersizliği durumudur. Teoride bilgi yetersizliği olan bir konuda nasıl karar verileceği belirtilmemektedir. Örneğin kullanılmış bir araç satın alan bir kişinin aracın geçmişi hakkında yeterli bilgi sahibi olmaması, kararını nasıl etkileyeceği belirtilmemiştir. Yöneltilen bu eleştiri de sınırlı rasyonellik modeliyle çözümlenmeye çalışılmıştır (Simon, 1955: 101).

Temel rasyonel seçim modelinin eleştirildiği ve daha sonra da geliştirildiği bir diğer konu ise, stratejik karar alma konusudur. Karar veren kişinin çevreden ve

diğer karar vericilerden bağımsız olduğu kabul edilmektedir. Ancak, her karar verici diğer karar vericileri de dikkate alarak karar vermek durumundadır. Bu eleştiri, yeni bir teorinin de ortaya çıkmasını sağlamıştır. Stratejik ortamlarda çok daha karmaşık bir rasyonel karar alma süreci ortaya çıkmaktadır ve Oyun Teorisinin alanına girilmektedir (Bernheim, 1986). Yine de unutulmamalıdır ki, Oyun Teorisinde de karar vericilerin rasyonel karar vermesi beklenmektedir. Risk altında karar vermeyi gerektiren durumların da Rasyonel Seçim Teorisinde dikkate alınmadığı konusunda yöneltilen eleştiriler sonucunda ise, Beklenti Teorisi (Prospect Theory) filizlenmeye başlamıştır (Kahneman, ve Tversky 1979; Levy, 1997). Sonuçları kesin belli olmayan alternatiflerin (örneğin finansal yatırımlarda) olduğu durumlarda insanın kazanma veya kaybetme olasılıklarını değerlendirdiği ve en yüksek değeri elde etmeye çalıştığı vurgulanmaktadır.

Rasyonel Seçim Teorisi'ne yönelik yapılan çok önemli bir eleştiri de insanların her zaman egoist olmadıkları ve her zaman kendilerine yönelik bir fayda elde etmeye yönelmedikleridir (Sen, 1977: 323). Teorinin insan duygularını dikkate almadığı konusundaki eleştirilere henüz çok net bir çözüm bulunamamıştır ve belki de bu nedenle teori son yıllarda güç kaybetmeye başlamış ve az bahsedilir olmuştur.

Eleştiriler ve farklı gözden geçirmeler sonucunda, farklı disiplinlerde teorinin kullanımı da yaygınlaşmıştır. MacDonald (2003: 551), Rasyonel Seçim Teorisi'nin günümüz siyaset biliminde en hızlı büyüyen ve en yaygın olarak kullanılan teorik çerçeve olduğunu söylemektedir. Rasyonel Seçim Teorisi'nin siyaset bilimine uyarlanması ile oluşturulan “Kamu Tercihi Teorisi'yle”, bürokratların, siyasetçilerin ve seçmenlerin davranışlarının analiz edilmesi, teorinin sosyal bilimlerde kazandığı ağırlığı göstermesi açısından önemlidir. Rasyonel Seçim Teorisinin sosyolojide ne kadar geniş kabul gördüğünü gösteren en önemli işaretlerden birisi “Rationality and Society” adlı bilimsel derginin 1989 yılında yayınlanmaya başlamış olmasıdır (Hechter ve Kanazawa 1997: 192). Teori, ekonomide ürün ve hizmetlerin üretim, dağıtım ve tüketimi ile ilgili farklı olguları açıklamaya yönelik kullanılırken, sosyolojide bireylerin seçimlerine ve bireylerarası etkileşime dayanarak, kurumsal ve toplumsal değişiklikler tahmin edilmeye çalışılmaktadır. Turizm disiplininde de sıkça kullanılan Sosyal Mübadele/Değişim Teorisi'nin (Social Exchange Theory) temellerinde yatan rasyonellik ve rasyonel seçim bulunmaktadır (Huber, 1997). Hatta bazı suç teorilerinin temelini oluşturan da Rasyonel Seçim Teorisidir. Sosyolojinin bir alt dalı olan kriminoloji alanında çalışmalarını sürdüren çok sayıda bilim adamı, algılanan fayda ve maliyetlerin tartılması sonucunda suç işleme kararının verildiğini savunmakta ve Rasyonel Seçim Teorisi'ne atıf yapmaktadır (Nagin ve Paternoster, 1993: 468).

Görüldüğü gibi, Rasyonel Seçim Teorisi'nin sosyal bilimlerde büyük bir ağırlığı bulunmaktadır, ancak bu disiplinler arasında en yaygın kullanım alanı ekonomi ve özellikle mikroekonomidir. Ekonomi alanındaki rasyonellik düşüncesi sadece sosyoloji ve siyasal bilimleri etkilemekle kalmamış, pazarlama ve dolaylı olarak turizm pazarlaması alanında da yankı bulmuştur. Erciş (2018)'e göre teori, pazarlama, ekonomi ve psikoloji arasında köprü vazifesi görmüş ve oluşan bilimsel sentezle literatüre önemli katkılar sunmuştur. Pazarlama alanında birçok farklı disiplinden teori ödünç alma söz konusu olduğu gibi (Mentzer ve Schumann, 2006: 182), Rasyonel Seçim Teorisi de ödünç alınarak, kullanım alanı bulmuştur. Benzer bir şekilde turizm disiplini de teoriler çoğunlukla pazarlamadaki teorilerden alıntılanarak, uyarlanmak suretiyle kullanılmıştır.

Pazarlama, Turizm ve Turizm Pazarlamasında Rasyonel Seçim Teorisi

Hoch ve Loewenstein (1991: 492), pazarlamada tüketici davranışını açıklamaya yönelik kullanılan temel paradigmanın rasyonel seçim modeli olduğunu söylemektedirler. Pazarlama literatürü incelendiğinde, Rasyonel Seçim Teorisinin en yaygın kullanıldığı alanın tüketici karar verme süreci ile ilgili olduğu görülmektedir. Geliştirilen birçok tüketici karar verme modeli arasında, Engel, Kollat ve Blackwell'in 1968'de geliştirdikleri ve kendi isimleriyle anılan model, günümüzde hala yaygın olarak kullanılan ve ağırlıklı olarak Rasyonel Seçim Teorisine dayanan bir modeldir (Şekil 1). Rasyonel tüketicinin karar verme süreci beş temel aşamada gerçekleşmektedir. Bu aşamalar (Graham, 1981: 339): (1) bir ihtiyacın duyulması; (2) alternatif veya bilgi arayışı; (3) bulunan alternatiflerin değerlendirilmesi; (4) satın alma kararının verilmesi ve (5) satın alma sonrası kullanım ve değerlendirme. Satın alma sonrasında tüketici hedefe ne kadar ulaştığını ya da başlangıçta tespit edilen getiri ve götürülerin ne dereceye kadar gerçekleştiğini analiz ederek, yapılan değerlendirmeler sonucunda elde edilen bilgileri bir sonraki karar alma sürecine bilgi olarak aktarmaktadır.



Şekil 1. Tüketici Karar Verme Süreci (Kaynak: Engel, Kollat ve Blackwell (1968)'den aktaran Graham, 1981).

Görüldüğü gibi, bu model tamamen Rasyonel Seçim Teorisine dayandırılmış ve tüketicinin rasyonel kararlar aldığı ön kabulü üzerine kurulmuştur. Teoriyle

birlikte, modele de yöneltilen benzer eleştiriler doğrultusunda, model 1973 ve 1978 yıllarında gözden geçirilmiş ve yenilenmiştir (Hawes, 1980: 443). Modelin turizm alanında da sıklıkla turistlerin karar verme sürecini analiz ederken kullanıldığı görülmektedir (Osei ve Abenyin, 2016; Dimitriou ve AbouElgheit, 2019; Han, Zhang ve Wang, 2020),

Tüketicici satın alma davranışında Rasyonel Seçim Teorisini kullanarak pazarlama alanında araştırma yapan azımsanmayacak sayıda araştırmacı vardır. Örneğin Tellis ve Gaeth (1990: 42) tüketicinin ürün hakkında objektif bilgisi olması durumunda, fakat belirsizliğin yüksek olduğu tercihlerde rasyonel seçim yapmanın kolaylaşmadığını bulgulamışlardır. Bir diğer çalışma ise, seçeneklerin çok fazla olduğu durumlarda tüketicinin nasıl bir tepki gösterdiğine yönelik yapılmıştır. Rasyonel Seçim Teorisinde bu durumlarda kişinin basitçe seçenekleri eleyip en çok tercih ettikleri arasında karar verdiği kabul edilmektedir; oysa, araştırma sonuçlarına göre çok sayıda seçeneğin olması, tketiciciyi ikileme sokmakta, stres, üzüntü ve mutsuzluk yaşamasına neden olmaktadır (Desmeules, 2002).

Hoch ve Loewenstein (1991: 504)'ın geliştirdikleri tüketicici otokontrol modelinin ise iki temel ayağı bulunmaktadır; birincisi Rasyonel Seçim Teorisi, ikincisi ise daha çok psikolojik temellere dayanmaktadır. Modele göre, seçim kriterlerindeki değişimler, bireylerin karar ortamlarına uyum sağlama sürecinin bir sonucu olarak gösterilebilir ve bu da referans noktasında kaymalara neden olarak öne sürülmektedir. Yani değer fonksiyonu, kazançlar ve kayıplar için asimetric olduğundan (kayıplar için daha dik), referans noktasının değişmesi durumunda bir alternatifin değerinde tercih edilmesi söz konusu olabilmektedir. Turizm alanında bu model, turistlerin önceden planladıkları güzergahların dışına çıkmalarını ve planlarında yaptıkları bazı son dakika değişikliklere dayalı çekicilik ziyaretlerini açıklamakta kullanılmıştır (Hwang, 2010; Hwang ve Fesenmaier, 2011).

Yönetimsel pazarlama ekolü içinde ele alınan (Sheth v.d., 1988: 22) politik pazarlamada da Rasyonel Seçim Teorisi önemli bir yere sahiptir. Günümüzdeki siyasi seçim davranışlarını başarıyla açıklayan politik pazarlamanın temelleri, Rasyonel Seçim Teorisine dayanmaktadır (Savigny, 2004: 22). Metodolojik olarak politik pazarlama da Rasyonel Seçim Teorisindeki süreci izlemektedir; önce seçenekler aza indirgenmekte ve temel bir model oluşturulmakta, daha sonra ise öngörülerin geçerliliğini test etmek için ampirik verilerle karşılaştırılmaktadır (Savigny, 2004: 27).

Bir tüketicici davranışı olarak “mağaza hırsızlığını” ele alan Tonglet (2002), bu davranışın açıklanmasında Rasyonel Seçim Teorisini kullanmıştır. Mağaza hırsızının bir tüketicici olarak ele alınması çok yeni bir bakış açısı olmasa da bu

amaca yönelik bir tüketici davranışı modeli oluşturma çabası dikkat çekicidir (Tonglet, 2002: 339). Çalışma sonucunda mağazalarda hırsızlık yapmış olan tüketicilerin elde edecekleri faydalarla yakalanma riski ve maliyetleri tartarak böyle bir davranışa kalkıştıkları belirlenmiştir. Bu davranışa kalkışanları motive eden temel etkenlerden biri ise, etkin olmayan güvenlik önlemleri olduğu tespit edilmiştir. Benzer araştırmalara turizm disiplininde de sıkça rastlanmaktadır. Turizmde önemli sorunlardan biri olan vandalizmin açıklanmasında (Bhati ve Pearce, 2016), gemi turlarındaki gemi çalışanlarının turistlere kötü davranışlarının ve aldatmalarının açıklanmasında (Harris ve Pressey, 2021) ve turistik alanlarda suçun önlenmesine yönelik alınması gereken tedbirlerin incelendiği (Khalilzadeh, 2021) araştırmalarda da bu teorinin temel alındığı görülmektedir.

Rasyonel Seçim Teorisinin pazarlamada kullanıldığı bir diğer araştırma alanı da müşteri değer algılaması ile ilgili çalışmalardır. Tüketici karar verme süreci ile ilgili araştırmalara göre çok daha yeni olsa da bu alandaki çalışmalar özellikle 1990'lı yıllardan sonra hız kazanmıştır. Kotler (1972:49)'e göre, pazarlama: “tutarlı bir biçimde değerler oluşturmak ve bunları sunmak suretiyle bireylerde arzu edilen tepkiler yaratabilmektir”, Yani, pazarlamacı, pazara değer(ler) sunmakta ve karşılığında pazardan değer(ler) elde etmeye çalışmaktadır. Zaithaml (1988: 14) müşterinin algıladığı değeri “elde edilenler karşılığında feda edilenlerin algılamasına dayalı olarak, ürün faydasının kişisel genel değerlendirilmesi” olarak tanımlamıştır. Bu tanıma bakıldığında, Rasyonel Seçim Teorisindeki fayda maksimizasyonu prensibinin “değer” kavramının tanımlanmasında da ön planda olduğu görülmekte ve pazarlamanın bu temel kavramında bile teorinin yansması görülebilmektedir.

Turizm disiplininde Rasyonel Seçim Teorisi'nin kullanıldığı nispeten eski araştırmalardan birisi Mansfeld (1996)'in araştırmasıdır. Yazar, neo-klasik ekonomi ön kabullerine göre, turistlerin destinasyon seçiminde “rasyonel insan” olarak en çok özelliğe sahip ve en fazla fayda sağlayacak destinasyonu tercih etmeleri gerektiğini ifade etmekte. Ancak, bununla birlikte, karışık bir görüşün de varlığını belirten yazar, bütün bu özellik ve faydaların turistlerce sadece gerçekleşmesi zor olan bir ihtimal olarak da değerlendirmesinin mümkün olduğunu. Özetle, destinasyon seçimi ve seyahat alternatiflerini değerlendirme sürecinin hem rasyonel hem de irrasyonel özellikler içerdiğini ve kişisel bir süreç olduğu belirtmektedir (Mansfeld, 1996).

Kim vd., (2021) otellerde robot personelin hizmet vermesinin COVID-19 pandemi şartlarında turistler tarafından çok daha olumlu algılandığını belirterek, robotların hastalığı yayma ihtimalinin düşük olması nedeniyle böyle bir kararın

verilmiş olabileceğini Rasyonel Seçim Teorisi çerçevesinde değerlendirmişlerdir. Bir diğer araştırmada ise Zhang, Li ve Su (2017) temalı parklarda ziyaretçi hareketlerinin, çekicilik (aktivitelerin) niteliklerine ve mekânsal düzenlemelere bağlı olduğu ve mekânsal düzenlemelerin de taşıma kapasitesini etkilediği sonucunu, Rasyonel Seçim Teorisi ile açıklanmışlardır. Beritelli (2011) ise destinasyondaki paydaşların iş birliğini sınırlı rasyonellik (bounded rationality) olarak tanımlayarak, paydaşların tecrübelerinden ve ilişkilerinden sürekli yeni şeyler öğrenmek zorunda oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Online otel arama ve rezervasyon yapma süreçlerinde turist tercihlerinin belirleyicilerinin araştırıldığı çalışmalarında Hu ve Yang, (2020) hipotezlerinden bazılarını oluştururken Rasyonel Seçim Teorisi'ne dayandırarak, tüketicilerin satın alma kararı verirken potansiyel faydaları en üst düzeye çıkarmak için düşük kaliteli bir ürün yerine daha yüksek kaliteli bir ürün seçme eğiliminde olduklarını varsaydıklarını belirtmişlerdir. Bu nedenle, daha yüksek bir otel değerlendirme puanının, hizmet kalitesini onaylayarak potansiyel konukları önerilen hizmetleri satın almaya daha kolay ikna edeceğini varsaymışlardır.

Sonuç

Yapılan literatür taraması sonuçlarından da anlaşılabacağı üzere, ekonomide, sosyolojide siyasal bilimlerde ve pazarlamada olduğu gibi, turizm yazınında da Rasyonel Seçim Teorisi önemli bir temel teorik çerçeve olarak kullanılmaktadır. Ancak, şaşırtıcı olarak turizm disiplinde teoriyi kullanmış olan çok az araştırmaya rastlanmıştır. Turizm alanında daha çok bu teoriden türetilmiş ve ona dayanarak varsayımları oluşturulmuş daha yeni teorilerin daha sık kullanıldığı ifade edilebilir. Örneğin, Sosyal Mübadele/Değişim ve Planlı Davranış Teorisi gibi teorilerin Türkiye'deki turizm araştırmalarında da sık kullanıldığı Dogan, (2022) tarafından tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, bu çalışma ile tespit edilmiş olan turizm araştırmaları arasında, teorinin en yaygın kullanıldığı araştırmaların vandalizm ve turistlere yönelik aldatma gibi destinasyonlarda yaşanan kriminal olayların açıklanmasına yönelik olduğu görülmüştür. Buna rağmen, Herrnstein, (1990: 356)'ın de ifade ettiği gibi, fizik için Newton'un hareket yasaları neyse, davranış bilimleri için de Rasyonel Seçim Teorisi odur. Sadece ekonomi için değil, siyasi felsefeden davranışsal biyolojiye kadar davranışla ilgilenen bütün disiplinler, insanların ve organizmaların fayda maksimizasyonuna yöneldikleri temel fikri üzerine kurulmuştur. Amartya Sen (1977), ekonominin davranışsal temellerini eleştirdiği makalesinde, her ne kadar insanların "rasyonel" olmadığını vurgulamaya çalışsa da rasyonellik hayatın her alanında yer almaktadır.

Pazarlamada ve turizm pazarlamasında Rasyonel Seçim Teorisi'nin tüketici/turist satın alma davranışlarını açıklamada kilit bir işleve sahip olduğu

tespit edilmiştir. Özellikle Engel, Kollat ve Blackwell'in geliştirdiği modelden hareketle, turizm işletmelerinin turistlerin alternatif arayışını kolaylaştıracak ve alternatifler arasında seçim yapmalarını daha basit hale getirecek çözümler üretmeleri önerilebilir. Her ne kadar tüketici veya turist davranışlarını tamamen açıklamak için yeterli kuramsal çerçeve sunamasa da Rasyonel Seçim Teorisi bu davranışların açıklanmasında önemli bir yapı taşı ve hareket noktasıdır. Tüketici tercih ve seçimlerini açıklamak için Herrnstein (1990)'ın de söylediği gibi, Rasyonel Seçim Teorisi “gerekli, ancak yeterli değildir”.

KAYNAKÇA

1. Becker, G. S. (1998). *The Economic Approach to Human Behavior* (5. ed.). Chicago: University of Chicago Press.
2. Becker, G. S. (1993). Nobel Lecture: The Economic Way of Looking at Behavior, *The Journal of Political Economy*, 101 (3) ss. 385-409.
3. Bernheim, B. D. (1986). Axiomatic Characterizations of Rational Choice in Strategic Environments, *The Scandinavian Journal of Economics*, 88, (3), pp. 473-488.
4. Beritelli, P. (2011). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607-629.
5. Bhati, A., ve Pearce, P. (2016). Vandalism and tourism settings: An integrative review. *Tourism Management*, 57, 91-105.
6. Blume, L. E. ve Easley D. (2008). "Rationality" *The New Palgrave Dictionary of Economics*, Second Edition. Ed. Steven N. Durlauf ve Lawrence E. Blume. Palgrave Macmillan.
7. Boudon R. (1998). Limitations of Rational Choice Theory, *The American Journal of Sociology*, 104 (3) (November 1998), pp. 817-828
8. Boudon R. (2003). Beyond Rational Choice Theory, *Annual Review of Sociology*, 29 ss. 1-21
9. Desmeules, R. (2002). The Impact of Variety on Consumer Happiness: Marketing and The Tyranny of Freedom, *Academy of Marketing Science Review*, 2002 (12), ss. 1-20.
10. Dimitriou, C. K., ve AbouElgheit, E. (2019). Understanding generation Z's travel social decision-making. *Tourism and Hospitality Management*, 25(2), 311-334.
11. Dogan, M. (2022). Araştırmalarda Teori Kullanımı: Ulusal Turizm Araştırmaları Bağlamında Bir İnceleme. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23 (1), 55-70.
12. Erciş, A. (2018). Rasyonel seçim teorisi. M. İ. Yağcı ve Çabuk S. (Ed.) *Pazarlama Teorileri*, 2. Baskı, İçinde (35-64). İstanbul: MediaCat.
13. Graham R. J. (1981). The Role of Perception of Time in Consumer Research, *The Journal of Consumer Research*, 7(4), ss. 335-342.
14. Han, Y., Zhang, T., ve Wang, M. (2020). Holiday travel behavior analysis and empirical study with Integrated Travel Reservation Information usage. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 134, 130-151.

- 15.Harris, L. C., & Pressey, A. (2021). Dirty work or working dirty? Deceiving cruise tourists. *Annals of Tourism Research*, 88, 103183.
- 16.Hawes D. K. (1980), The Time Variable in Models of Consumer Behavior, *Advances in Consumer Research*, 7, 442-447.
- 17.Hechter, M. ve Kanazawa S. (1997). Sociological Rational Choice Theory, *Annual Review of Sociology*, 23, ss. 191-214.
- 18.Herrnstein, R. J. (1990). Rational Choice Theory: Necessary But Not Sufficient, *American Psychologist*, 45 (3), ss. 356-367.
- 19.Hoch S. J. ve Loewenstein G. F. (1991) Time-Inconsistent Preferences and Consumer Self-Control, *The Journal of Consumer Research*, 17 (4), 492-507.
- 20.Hu, X. S., ve Yang, Y. (2020). Determinants of consumers' choices in hotel online searches: A comparison of consideration and booking stages. *International Journal of Hospitality Management*, 86, 102370.
- 21.Huber, J. (1997). Rational Choice Models in Sociology. *The American Sociologist*, 28(2), 42–53.
- 22.Hwang, Y. H. (2010). A theory of unplanned travel decisions: Implications for modeling on-the-go travelers. *Information Technology & Tourism*, 12(3), 283-296.
- 23.Hwang, Y. H., ve Fesenmaier, D. R. (2011). Unplanned tourist attraction visits by travellers. *Tourism Geographies*, 13(3), 398-416.
- 24.Kahneman, D. ve Tversky A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk *Econometrica*, 47 (29), ss. 263-292.
- 25.Khalilzadeh, J. (2021). Predictive policing in hospitality and tourism venues-The case of Orlando. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100535.
- 26.Kim, S. S., Kim, J., Badu-Baiden, F., Giroux, M., ve Choi, Y. (2021). Preference for robot service or human service in hotels? Impacts of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102795.
- 27.Kotler, P. (1972). A Generic Concept of Marketing, *Journal of Marketing*, 36 (2), ss. 46-54.
- 28.Levy, J. S. (1997). Prospect Theory, Rational Choice, and International Relations, *International Studies Quarterly*, 41 (1), ss. 87-112.
- 29.Lewin, S. B. (1996). Economics and psychology: Lessons for our own day from the early twentieth century. *Journal of Economic Literature*, 34 (10), 1293-1323.

30. MacDonald P. K. (2003). Useful Fiction or Miracle Maker: The Competing Epistemological Foundations of Rational Choice Theory, *The American Political Science Review*, 97 (4), ss. 551-565.
31. Mansfeld, Y. (1996). The "Value Stretch" model and its implementation in detecting tourists' class-differentiated destination choice. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4(3), 71-92.
32. Mas-Colell, A., Whinston, M.D., ve Green, J.R. (1995). *Microeconomic Theory*. Oxford Univ. Press, Oxford.
33. McClennen, E. F. (1990). *Rationality and Dynamic Choice: Foundational Explorations*. Cambridge University Press, Cambridge.
34. Mentzer, J. T. ve Schumann, D. W. (2006). The Theoretical and Practical Implications of Marketing Scholarship, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 14 (3), ss. 179-90.
35. Nagin D. S. ve Paternoster R. (1993). Enduring Individual Differences and Rational Choice Theories of Crime, *Law & Society Review*. 27 (3), ss. 467-496.
36. Osei, A.B. ve Abenyin, A.N. (2016), "Applying the Engell–Kollat–Blackwell model in understanding international tourists' use of social media for travel decision to Ghana", *Information Technology and Tourism*, 16 (3), ss. 1-20.
37. Savigny, H. (2004). Political Marketing: A Rational Choice?, *Journal of Political Marketing*, 3 (1), ss. 21-38.
38. Sen A. K. (1977). Rational Fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory, *Philosophy and Public Affairs*, 6 (4), ss. 317-344
39. Simon H. A. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice, *The Quarterly Journal of Economics*, 69 (1) ss. 99-118.
40. Sutton, S. D. (2001). *A Wealth of Notions: The Poverty of Rational Choice Theory*. Ph.D. dissertation, University of Dallas, Texas.
41. Sheth, J., Gardner, D., ve Garrett, D. (1988). *Marketing Theory. Evolution and Evaluation*, New York: John Wiley & Sons.
42. Tellis G. J. ve Gaeth G. J. (1990). Best Value, Price-Seeking, and Price Aversion: The Impact of Information and Learning on Consumer Choices, *The Journal of Marketing*, 54 (2). ss. 34-45.
43. Tonglet, M. (2002). Consumer Misbehaviour: An Exploratory Study of Shoplifting. *Journal of Consumer Behaviour*, 1(4), ss. 336-354.
44. Tversky A. ve Kahneman D. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice, *Science -New Series*, 211 (4481), ss. 453-458.

45. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
46. Zhang, Y., Li, X. R., ve Su, Q. (2017). Does spatial layout matter to theme park tourism carrying capacity? *Tourism Management*, 61, ss. 82-95.

**AR-GE HARCAMALARI- GELİR İLİŞKİSİ:
KORE CUMHURİYETİ ÖRNEĞİ için KUZNETS
EĞRİSİ BAĞLAMINDA
SINIR TESTİ ANALİZİ**

**ÖZGÜR ÖZAYDIN¹
ANIL DAĞDEMİR²**

¹ Dr. Öğr. Üyesi., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü.
ozaydin@omu.edu.tr; ORCID ID: 0000-0003-0579-9432

² Araştırma Görevlisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü.
anil.dagdemir@omu.edu.tr; ORCID ID: 0000-0002-1087-0849

1. GİRİŞ

Klasik iktisat teorilerinde ekonomik büyümenin, tasarruf ve yatırımların artması ile gerçekleşeceği düşüncesi hakimken, iş bölümü ve uzmanlaşma, nüfus artışı ve sermaye birikimi gibi olguların ekonomik büyümeyi açıklayan unsurlar olduğu vurgulanmıştır. Robert Solow (1956) Neo-Klasik görüşün temsilcisi olarak, büyüme modeline teknolojik gelişmeyi dışsal bir parametre olarak eklemiştir. Ardından 1980’li yıllardan itibaren Robert Lucas (1988), Paul Romer (1986) gibi iktisatçılar bilgi, beşerî sermaye ve teknolojik gelişimi büyüme modellerinde içselleştirmişlerdir.

Küresel rekabetin artmasıyla birlikte bir ekonominin katma değerli üretim yapabilmesi için AR-GE faaliyetlerinin artırılması en etkili yollardan biri olarak öne çıkmıştır. Özellikle 1950’lerden sonra klasik emek ve sermaye içeren büyüme modellerine ek olarak AR-GE faaliyetleri, ekonomik büyümenin içsel unsurları olarak yer almaya başlamıştır. Bu durumun en büyük sebeplerinden birisi AR-GE faaliyetlerinin yeni bilgi yaratmada etkinliği ve teknolojik ilerleme yoluyla verimlilik artışı sağlamasıdır. Özetle, AR-GE bir ekonomideki rekabet edilebilirliği sağlarken, doğrudan yeni bilgi yaratmada ve dışarda yaratılan bilgiyi içselleştirme konusunda önemli fayda sağlamaktadır.

AR-GE yatırımlarının etkin bir şekilde uygulanması konusunda Kore Cumhuriyeti önemli bir başarı elde etmiştir. Kore Cumhuriyetinde, 1960’lı yıllardan itibaren ihracata dayalı bir sanayileşme stratejisi benimsenmiş, diğer ülkeler ile rekabet edebilmek amacıyla çeşitli teknolojiler üretmeye ve geliştirmeye yönelik teşvikler verilmiştir. Dünya Bankası verilerine göre, 1970’li yıllarda kişi başına gelir 2500-3000 ABD Doları (2015 sabit fiyatlarla) düzeylerinde iken 2021 yılına gelindiğinde 32.200 ABD Doları (2015 sabit fiyatlarla) seviyelerine çıkmıştır. AR-GE harcamalarının milli gelire oranı incelendiğinde ise 1996 yılında %2,2 seviyelerinde iken, iki kattan fazla artarak 2020 yılında %4,81 seviyelerine yükselmiştir.

İktisat yazınında AR-GE harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların çoğu ekonomik büyüme ile AR-GE harcamaları arasında pozitif bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. Lichtenberg (1993), Eaton ve Kortum (1994), Goel ve Ram (1994), Howitt (1999), Freire-Seren (1999), Braconier (2000), Lee ve Yu (2002), Ülkü (2004), Güloğlu ve Tekin (2012), Özcan ve Arı (2014), Adak (2015), Blanco vd (2016), Sokolov-Mladenović vd. (2016) çalışmalarında AR-GE harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi pozitif bulmuşlardır. Sylwester (2001) 20 OECD ülkesini dahil ettiği çalışmasında, ekonomik büyüme ile AR-GE arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşmıştır.

2. YAZIN TARAMASI

Aşağıda Tablo 1’de Kore Cumhuriyetini de kapsayan ve AR-GE ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar yer almaktadır.

Tablo 1. Yazın Taraması

Çalışma	Veri	Ülkeler	Yöntem	Sonuç
Ahmad ve Zheng (2022)	1990-2019	38 Ülke	GMM	AR-GE ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki
Türkmen (2019)	1991-2016	20 OECD Ülkesi	AMG	AR-GE ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki
Yazgan ve Yalçinkaya (2018)	1996-2015	OECD Ülkeleri	AMG, Panel Nedensellik	AR-GE ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki
Hong (2017)	1988-2013	Kore Cumhuriyeti	Granger Nedensellik	Bilgi ve İletişim Teknolojilerin’e yapılan AR-GE yatırımları ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü Granger nedensellik
Türedi (2016)	1996-2011	23 OECD	GMM – Panel Nedensellik	AR-GE ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü pozitif ilişki
Yi ve Mah (2016)	1963-2011	Kore Cumhuriyeti	OLS-GMM	AR-GE ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki
Feeny vd (2013)	1970-2005	Kore Cumhuriyeti	OLS	AR-GE ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki
Kim (2011)	1976-2009	Kore Cumhuriyeti	OLS	AR-GE ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki

Sadraoui ve Zina (2009)	1992-2004	23 Ülke	Dinamik Panel	AR-GE ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki
Yanyun ve Mingqian (2004)	1994-2003	ASEAN, Kore Cumhuriyeti, Japonya ve Çin	PLS	AR-GE ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki

3. MODEL, VERİ SETİ, YÖNTEM ve BULGULAR

3.1. Model

Kore Cumhuriyeti için gelir ile Ar-Ge harcamaları arasındaki ilişkilerin araştırılmasında kullanılan Kuznets Eğrisi Yaklaşımı esaslı temel model (1) numaralı denklem ile ifade edilmiştir.

$$Y_t = f(R_t, R_t^2) \quad (1)$$

Burada, Y ; geliri, R ; Ar-Ge harcamalarını, R^2 , Ar-Ge harcamalarının karesini ve t ise ilgili yılı temsil etmektedir.

Söz konusu değişkenler arası ilişkilerin araştırılmasında kullanılan logartimik model ise (1) numaralı denklem ile gösterilmiştir.

$$y_t = \alpha_{0a} + \alpha_{1a}r_t + \alpha_{2a}r_t^2 + \epsilon_{0t}$$

(2) numaralı denklemde, y ; gelirin logaritmasını, r ; Ar-Ge harcamalarının logaritmasını ve r^2 , Ar-Ge harcamalarının logaritmasının karesini ifade etmektedir.

3.2. Veri Seti

Bu çalışmada, gelir, 2015 yılı sabit fiyatları ile ABD doları cinsinden kişi başı GSYİH ile ölçümlenmiştir. Ar-Ge harcamalarının ölçülmesinde ise Ar-Ge harcamalarının GSYİH içindeki payı serisinden hareketle yazarlar tarafından hesaplanan ve 2015 yılının baz yıl olduğu ABD doları cinsinden kişi başı Ar-Ge harcamaları kullanılmıştır. 1991-2020 yıllarını kapsayan söz konusu yıllık zaman serilerinin tümü Dünya Bankası Kalkınma Göstergeleri Veri Tabanından elde edilmiştir.

3.2.1. Yöntem ve Bulgular

Çalışma kapsamında öncelikle ilgili değişkenler için durağanlık sınamaları gerçekleştirilmiş, bu kapsamda elde edilen verilere dayalı olarak uygun eş bütünleşme yöntemi kullanılarak, söz konusu eş bütünleşme yöntemi çerçevesinde, uygun gecikme uzunluğuna sahip model belirlenmiş, belirlenen model için sınır testi yapılmış ve bu çerçevede ilgili model için kısa ve uzun dönem tahminleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, söz konusu model ilgili tanısal denetim sınamaları ile parametre istikrarı sınamasına da tabii tutulmuştur. Bu bağlamda, kullanılan metodoloji ve bu çerçevede gerçekleştirilen sınamalar ile bu sınamalara ilişkin olarak elde edilen bulgular çalışmanın izleyen bölümünde yer almaktadır.

3.2.2. Durağanlık Sınaması

Analiz edilen serilerin durağanlık derecelerinin belirlenmesi amacı ile Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF); Dickey ve Fuller (1979) ile Phillips Perron (PP); Perron (1989) birim kök sınamaları gerçekleştirilmiş ve ilgili sınamalar sonucu elde edilen bulgular Çalışma kapsamında öncelikle ilgili değişkenler için durağanlık sınamaları gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda elde edilen bulgular, Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Durağanlık Sınaması Bulguları

Değişken	ADF ^a		PP ^b	
	C	C&T	C	C&T
y	-2.10 (0)	-1.09 (0)	-2.86 (2.24)	-0.84(1.71)
Δy	-5.18*** (0)	-5.00***	-5.19***(1.09)	-6.16***(1.33)
r	-0.16 (0)	-2.07 (0)	-0.19 (1.66)	-2.22 (2.02)
Δr	-3.82*** (0)	-6.79 ***	-3.82***	-3.72**
r^2	0.16 (0)	-2.57 (0)	0.09 (1.83)	-2.66 (1.79)
Δr^2	-3.70** (0)	-6.07 ***	-3.70**	-3.61* (0.772)

^a ADF birim kök testi için en çok gecikme uzunluğu 5 olarak belirlenmiş ve en uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Schwarz Bilgi Kriteri (SIC) [Schwarz(1978)] kullanılmış olup; parantez içindeki değerler belirlenen uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir.

^b İzgesel tahmin yöntemi olarak Bartlett çekirdek [Bartlett (1948) ve Bartlett (1950)] ve bant genişliği için ise Andrews Bant Genişliği [Andrews (1991), Andrews ve Monahan (1992)] kullanılmış olup; parantez içindeki değerler belirlenen uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir.

*** ve ** sırası ile %1, ve %5 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir

Tablo 2’de gösterilen birim kök sınamaları incelemeye konu serilerin tamamının birinci fark durağan olduğunu göstermiştir.

3.2.3. Uygun Eş Bütünleşme Yönteminin Belirlenmesi

Birim kök testleri çerçevesinde, açıklanan değişken olan gelir serisinin birinci fark durağan olması ve açıklayıcı değişkenlerinin herhangi birinin iki ya da daha yüksek bir fark düzeyinde durağanlaşmaması dikkate alındığında, söz konusu değişkenler arasındaki ilişkilerin bu çalışmada olduğu gibi küçük örneklemelerde daha tutarlı sonuçlar üretmesi ve kısa ve uzun dönem etkilerinin birlikte incelenmesine olanak sağlaması gibi üstünlükleri nedeni ile Pesaran ve Pesaran (1997), Pesaran ve Smith (1998), Pesaran ve Shin (1999) ile Pesaran ve diğerleri (2001) tarafından önerilen ve geliştirilen eş bütünleşmeye ARDL yaklaşımı tekniği ile incelenmesinin uygun olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.4. Uygun Gecikme Uzunluğuna Sahip ARDL Modeli

Uygun gecikme uzunluğuna sahip ARDL modelinin belirlenmesi için, öncelikle (2) numaralı denklem ile gösterilen modelin Kısıtsız Hata Düzeltme Biçimi (UECM) oluşturularak (2) numaralı denklem ile ifade edilmiştir. (2) numaralı denklemde, birinci fark operatörü, Δ ile ve her bir değişken için uygun gecikme uzunlukları c_i ile gösterilmiştir.

$$\Delta y_t = \alpha_{0b} + \sum_{i=1}^{c_1} \alpha_{1b} \Delta y_{t-i} + \sum_{i=0}^{c_2} \alpha_{2b} \Delta r_{t-i} + \sum_{i=0}^{c_3} \alpha_{3b} \Delta r_{t-i}^2 + \alpha_{4b} T + \beta_{1b} y_{t-1} + \beta_{2b} r_{t-1} + \beta_{3b} r_{t-1}^2 + \epsilon_{1t} \quad (3)$$

(2) numaralı denklem ile gösterilen UECM çerçevesinde AIC kullanılarak en uygun gecikme yapısına sahip modelin ARDL (1,1,0) modeli olduğu saptanmıştır.

3.2.5. Sınır Testi

ARDL (1,1,0) modeli için gerçekleştirilen F ve t sınır testleri çerçevesinde, her iki test için de hesaplanan test istatistiğinin %1 anlamlılık düzeyindeki üst sınır değerinden büyük olduğu tespit edildiğinden, Ar-Ge harcamaları ve Ar-Ge Harcamalarının karesi değişkenlerinin gelirin uzun dönem belirleyici değişkenleri olduğu bir eş-bütünleşme ilişkisi bulunduğunu tespit edilmiştir. Söz konusu sınama bulguları Tablo 3 ile gösterilmiştir.

Tablo 3. Sınır Testi Sınama Sonuçları

Test	Hesaplanan Test İstatistiği	Alt-Sınır Değeri (1%)	Üst Sınır Değeri (1%)
<i>F</i>	14.91***	7.97	9.41
<i>t</i>	-6.25***	-3.96	-4.53

***, %1 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.

3.2.6. Kısa ve Uzun Dönem Katsayı Tahminleri

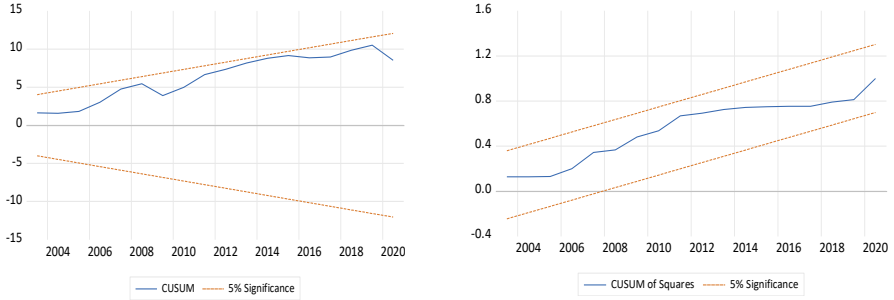
ARDL (1,1,0) modeli için, kısa dönem katsayı tahminleri, uzun dönem katsayı tahminleri, tanısal denetim istatistikleri ve önemli katsayılar Tablo 4'te yer almaktadır. Bu çerçevede, ARDL (1,1,0) modelinde %5 anlamlılık düzeyinde, normallik (Jarque-Bera (χ_N^2)), ardışık bağılanım (Breusch-Godfrey LM (χ_{SC}^2)), değişen varyanslılık (ARCH (χ_{HS}^2)) ve model belirlenme hatası (Ramsey RESET (χ_{MM}^2)) sorunu bulunmadığı saptanmıştır.

Tablo 4. ARDL (1,1,0) Modeline Dayalı Katsayı Tahmin Sonuçları

Uzun Dönem			
Değişken	Katsayı	t istatistiği	p-değeri
<i>r</i>	2.25***	13.07	0.00
<i>r</i> ²	-0.16***	-11.85	0.00
Tanısal Denetim Testleri			
Test	Test İstatistiği	Test	Test İstatistiği
χ_N^2	1.14 (0.56)	χ_{HS}^2	0.36 (0.55)
χ_{SC}^2	0.21 (0.64)	χ_{MM}^2	1.98 (0.06)
Kısa Dönem Hata Düzeltme Modeli			
Değişken	Katsayı	t-istatistiği	p-değeri
<i>C</i>	2.21***	7.15	0.00
Δr^2	2.66***	8.19	0.00
<i>T</i>	0.03***	6.73	0.00
γ_1	-1.10***	-7.05	0.00
Kısa Dönem Hata Düzeltme Modeli için Önemli İstatistikler			
$\overline{R^2}$	0.56	<i>F</i>	13.34 (0.00)
<i>RSS</i>	0.01	<i>DW</i>	1.88

***, ** ve *, sırası ile %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.

Bunun yanı sıra, ARDL (1,1,0) modeli, CUSUM ve CUSUMSQ testleri ile parametre istikrarı bağlamında sınanmış ve aşağıda yer alan Şekil 1’de görüleceği üzere modelde %5 anlamlılık düzeyinde parametre istikrarsızlığı bulunmadığı görülmüştür.



Şekil 1. CUSUM ve CUSUMSQ Sınama Bulguları

Uzun dönem çerçevesinde ele alındığında elde edilen bulgular, Ar-Ge harcamalarında ve Ar-Ge Harcamalarının karesi değişkeninde meydana gelecek %1 düzeyindeki bir değişiminin, geliri sırası ile %2,25 düzeyinde aynı yönlü ve %0,16 düzeyinde ters yönlü değiştireceğini ortaya koymuştur. Bu çerçevede, Kore Cumhuriyetinde Ar-Ge harcamaları ve Gelir arasında ters U biçimli bir ilişki olduğu bulgusuna erişilmiştir. Ayrıca, ilgili ters U biçimindeki eğrinin kişi başı Ar-Ge harcamalarının 1.131\$ olduğu düzeyde dönüm yaptığı ve bu eşiğin 2014 yılından itibaren aşıldığı tespit edilmiştir.

Kısa dönem bulguları bağlamında değerlendirildiğinde ise, hata düzeltme teriminin bir dönem gecikmeli katsayısının, mutlak değer bağlamında, birden büyük olması ($\gamma_1 = -1.10$) nedeni ile, kısa dönemde meydana gelecek sapmaların uzun dönem dengesine salınımlı bir şekilde (oscillating) yakınsayacağı saptanmıştır.

4. SONUÇ ve POLİTİKA ÖNERİLERİ

Bu çalışmada, Kore Cumhuriyeti örneği için, 1991-2020 yılları arasını kapsayan döneme ilişkin olarak, Ar-Ge harcamaları ve gelir arasındaki olası dinamik ilişkiler, eş bütünleşme yöntemine ARDL yaklaşımı tekniği kullanılarak, yıllık veriler çerçevesinde ve Kuznets Eğrisi yaklaşımı bağlamında analiz edilmiştir.

Elde edilen bulgular çerçevesinde, Kore Cumhuriyetinde Ar-Ge harcamaları ve Ar-Ge harcamalarının karesi değişkenlerinin gelirin uzun dönemde belirleyici değişkenleri olduğu bir eş bütünleşme ilişkisi bulunduğu ve söz konusu değişkenler arasındaki ilişkinin ters U şeklinde bir eğri ile ifade edilebileceği

sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu çerçevede, Ar-Ge harcamaları ve gelir arasında aynı yönlü, Ar-Ge harcamalarının karesi ve gelir arasında ise ters yönlü bir uzun dönem ilişkisi bulunduğu tespit edilmiştir.

Ulaşılan bulgular, Kore Cumhuriyeti'nin ekonomik büyüme politikaları belirlenirken ekonomik büyümeden sorumlu politika yapıcılar ile Ar-Ge harcamalarından sorumlu politika yapıcıların eş güdümlü içinde hareket etmeleri gerektiğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda, politika yapıcılarının, 1.131\$'ın altındaki bir kişi başı Ar-Ge harcama düzeyinin ekonomik büyümeyi ters yönde, bu düzeyin üzerindeki bir kişi başı Ar-Ge harcama düzeyinin ise ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkileyeceğini özellikle dikkate almaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

1. Ahmad, M., & Zheng, J. (2022). The cyclical and nonlinear impact of R&D and innovation activities on economic growth in OECD economies: A new perspective. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-021-00887-7>
2. Andrews, Donald W. K. (1991). Heteroskedasticity and Autocorrelation Consistent Covariance Matrix Estimation. *Econometrica*, 59, 817–858. <https://doi.org/10.2307/2938229>
3. Andrews, Donald W. K. and J. Christopher Monahan (1992). An Improved Heteroskedasticity and Autocorrelation Consistent Covariance Matrix Estimator. *Econometrica*, 60, 953–966. <https://doi.org/10.2307/2951574>
4. Bartlett, M. S. (1948). Smoothing periodograms from time-series with continuous spectra. *Nature*, 161(4096), 686–687. doi:10.1038/161686a0
5. Bartlett, M. S. (1950). Periodogram analysis and continuous spectra. *Biometrika*, 37(1/2), 1-16. doi:10.1093/biomet/37.1-2.1.
6. Blanco, L. R., Gu, J., ve Prieger, J. E. (2016). The impact of research and development on economic growth and productivity in the U.S. states: Impact of R&D on growth & productivity in U.S. *Southern Economic Journal*, 82(3), 914–934. <https://doi.org/10.1002/soej.12107>
7. Braconier, H. (2000). Do higher per capita incomes lead to more R&D expenditure?. *Review of Development Economics*, 4(3), 244–257. <https://doi.org/10.1111/1467-9361.00092>
8. Dickey, D. A., and Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74(366a), 427–431. doi: 10.2307/2286348
9. Eaton, J., ve Kortum, S. (1994). International Patenting and Technology Diffusion. *National Bureau of Economic Research*. <https://doi.org/10.3386/w4931>
10. Feeny, S., Mitchell, H., Tran, C., ve Clarke, M. (2013). The determinants of economic growth versus genuine progress in South Korea. *Social Indicators Research*, 113(3), 1055–1074. <https://doi.org/10.1007/s11205-012-0127-4>
11. Freire-Serén, M. J. (1999). Aggregate R&D expenditure and endogenous economic growth. <https://digital.csic.es/handle/10261/1959>
12. Goel, R. K., ve Ram, R. (1994). Research and development expenditures and economic growth: A cross-country study. *Economic Development and Cultural Change*, 42(2), 403–411. <https://doi.org/10.1086/452087>

13. Güloğlu, B., ve Tekin, R. B. (2014). A panel causality analysis of the relationship among research and development, innovation, and economic growth in high-income OECD countries. *Eurasian Economic Review*, 2(1), 32–47. <https://doi.org/10.14208/BF03353831>
14. Hong, J.-P. (2017). Causal relationship between ICT R&D investment and economic growth in Korea. *Technological Forecasting and Social Change*, 116, 70–75. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.11.005>
15. Howitt, P. (1999). Steady Endogenous Growth with Population and R&D Inputs Growing. *Journal of Political Economy* (Vol. 107, Issue 4, pp. 715–730). *University of Chicago Press*. <https://doi.org/10.1086/250076>
16. Kim, J. W. (2011). The economic growth effect of R&D activity in Korea. *Korea and the World Economy*, 12(1), 25-44.
17. Lichtenberg, F. R. (1992). R&D investment and international productivity differences (No. w4161). *National Bureau of Economic Research*.
18. Lee, J.W. ve B.G. Yu (2002), An Endogenous Growth Model Approach to the Korean Economic Growth Factors, *The Journal of Productivity*, 8, 1-13.
19. Lucas, R. E., Jr. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3–42. [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(88\)90168-7](https://doi.org/10.1016/0304-3932(88)90168-7)
20. Özcan, B., ve Arı, A. (2014). Araştırma-Geliştirme Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi. <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/09/166-03.pdf>
21. Perron, P. (1989). The great crash, the oil price shock, and the unit root hypothesis. *Econometrica*, 57 (6), 1361-1401. doi: 10.2307/1913712
22. Pesaran, M.H., and Pesaran, B. (1997). Working with microfit 4.0: an interactive econometric software package (dos and windows versions). Oxford, Oxford University Press.
23. Pesaran, M.H., and Shin, Y. (1998). Generalized impulse response analysis in linear multivariate models. *Economics Letters*, 58(1), 17-29. doi: 10.1016/S0165-1765(97)00214-0
24. Pesaran, M.H., and Shin, Y. (1999). *An autoregressive distributed lag modeling approach to cointegration analysis*. Strom, S., Holly, A., ve Diamond, P. (Ed.), *Centennial volume of Rangar Frisch* içinde (s. 371-413). Cambridge: Cambridge University Press.
25. Pesaran, M. H., Shin, Y., and Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289–326. doi: 10.1002/jae.616

26. Romer, P. M. (1986). Increasing returns and Long-Run growth. *The Journal of Political Economy*, 94(5), 1002–1037. <https://doi.org/10.1086/261420>
27. Sadraoui, T., & Zina, N. B. (2009). A dynamic panel data analysis for R&D cooperation and economic growth. *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 5(4), 218. <https://doi.org/10.1504/ijfip.2009.026400>
28. Schwarz, G. (1978). Estimating the dimension of a model. *The Annals of Statistics*, 6(2), 461–464. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/2958889>
29. Sokolov-Mladenović, S., Cvetanović, S., & Mladenović, I. (2016). R&D expenditure and economic growth: EU28 evidence for the period 2002–2012. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 1005–1020. <https://doi.org/10.1080/1331677x.2016.1211948>
30. Sylwester, K. (2001). R&D and economic growth. *Knowledge Technology & Policy*, 13(4), 71–84. <https://doi.org/10.1007/bf02693991>
31. Türedi, A. P. D. (2016). The relationship between R&D expenditures, patent applications and growth: A dynamic panel causality analysis for OECD countries. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 39–48. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ausbd/issue/26453/278539>
32. Türkmen, S. (2019). Seçilmiş OECD Ülkelerinde Ar-Ge ve Ekonomik Büyüme: Panel Eşbütünleşme Yaklaşımından Yeni Kanıtlar, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 14(2), 1–13.
33. Ülkü, H. (2004). R&d, innovation, and economic growth: An empirical analysis. *International Monetary Fund*. <https://papers.ssrn.com/abstract=879010>
34. Yazgan, Ş., ve Yalçinkaya, Ö. (2018). The effects of research and development (R&D) investments on sustainable economic growth: Evidence from OECD countries (1996–2015). *Review of Economic Perspectives*, 18(1), 3–23. <https://doi.org/10.1515/revecp-2018-0001>
35. Yi, M. H., ve Sheen, M. J. (2016). R&D expenditure, international trade and economic growth: Korea's experience. *Journal of Distribution Science*, 14(3), 39–44. <https://doi.org/10.15722/jds.14.3.201603.39>

BANKA ÇALIŞANLARINDA DEĞİŞİME KARŞI DİRENÇ

Dr. Mehmet ÖZ¹

Öğr. Gör. Pınar KURT²

Prof. Dr. Fikret ÇANKAYA³

¹Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
İktisat Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0002-1795-923X

²Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi,
Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü
ORCID: 0000-0001-6870-4248

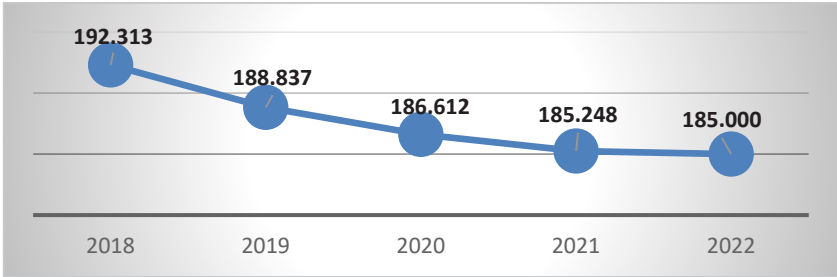
³Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Anabilim Dalı
ORCID: 0000-0002-0738-3580

1.GİRİŞ

Günümüzde farklı sektörlerde hizmet veren işletmeler, yeni yaklaşımların etkisiyle değişim olgularıyla karşı karşıya kalmaktadır. Değişim, her alanda olduğu gibi bankacılık sektörünü de etkilemekte ve bankalar da yaşanan bu değişimlere ayak uydurmak zorundadırlar. Küreselleşen dünyada bankaların dinamik bir yapıya sahip olabilmesi, aynı zamanda bankaların varlıklarını sürdürebilmesi, çalışanlarının performanslarını iyileştirebilmesi, çevreye uyum sağlayabilmesi ve banka içerisindeki davranış kalıplarını değiştirebilmek adına sürekli bir değişim süreci yaşaması kaçınılmaz bir gerekliliktir. Değişim, tarihin veya gelişimin yönünü değiştiren ve bir örgütün sistemini veya işlevselliğini etkileyebilen bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Abraham, 2000). Değişim, bir organizasyonda, toplumda, kişide var olan durumun gelişen ve değişen durumların etkisiyle yeniden yapılanması sürecidir (Atam vd., 2020). Değişimin olduğu her yerde, değişime karşı dirençle karşılaşılması neredeyse kaçılmaz bir durumdur.

Türkiye’de bankacılık sektöründe 2022 yılı itibariyle 57 banka faaliyet göstermektedir. Bu bankaların 35’i mevduat bankası, 16’sı kalkınma ve yatırım bankası ve kalan 6’sı da katılım bankası olup bu bankalarda toplam 9.786 şube bulunmaktadır. Bankalarda toplam çalışan sayısı ise 185.000 kişidir (TBB, 2022). Türkiye’de bankacılık sektöründe çalışanların yıllara göre seyrini Şekil 1’de gösterilmektedir.

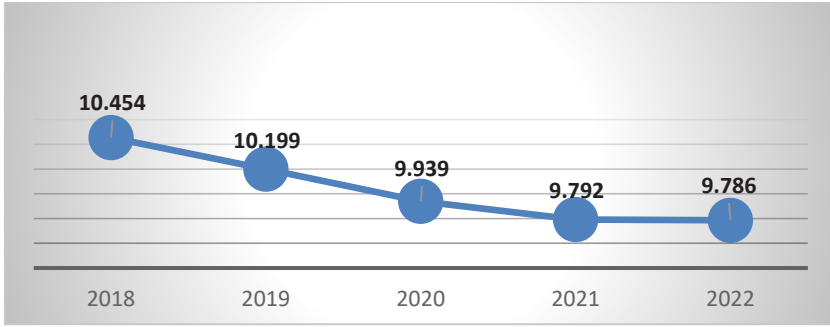
Şekil 1. Yıllara göre Türkiye’de Bankacılık Sektöründe Çalışan Sayısı



Kaynak: TBB (2022). Türkiye Bankalar Birliği

Küreselleşme ve ekonomik koşulların etkisiyle birlikte teknolojinin gelişmesi ve dijitalleşmenin hayatın her alanında var olması son yıllarda bankaları, sundukları hizmetleri iş gücü ile yapmak yerine daha çok teknolojik cihazlarla karşılamaya yöneltmektedir. Bu gibi nedenler de bankaların gerek şube sayılarında gerekse çalışan kişi sayılarında düşüşler yaşamasına neden olmaktadır. Ancak yine de bankalarda çalışan kişi sayısı azımsanamayacak düzeydedir. Türkiye’de banka şube sayısının yıllara göre seyrini Şekil 2’de gösterilmektedir.

Şekil 2: Yıllara göre Türkiye’de Banka Şube Sayısı



Kaynak: TBB (2022). Türkiye Bankalar Birliği

(Erişim adresi: <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>)

Bankalarda çalışanlar hem kendi kurumları içerisinde hem de hizmet verdiği müşterilerle sürekli olarak iletişim halindedir. Bu nedenle, bankalar için değişim olgusu, gerek değişen müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilme açısından gerek kendi varlığını sürdürebilmesi açısından gerekse de küreselleşme olgusunun her alanda yer bulmasıyla yeniliklere uyum sağlayabilmesi açısından vazgeçilmez ve kaçınılmazdır (Genç, 2020). Ancak, bazı çalışanlar için yeniliklere ve değişimlere uyum sağlayabilmek kolayca mümkün olmamaktadır ve çalışanlar değişime uyum sağlamak yerine direnme yolunu seçmektedirler. Diğer bir ifadeyle çalışanlar, değişime karşı direnç gösterme eğilimi göstermektedirler.

Peki insanlar, doğduğu andan itibaren değişim yaşarken iş hayatına atıldıklarında neden değişime direnme göstermektedirler?

Bankacılık sektöründe çalışanlar açısından incelendiğinde çalışanların gerçekte, değişime direnç gösterme nedenlerinin arkasında yatan nedenleri anlamak zordur. Mevcut bir düzene alışan banka personelleri, değişimin gereklilikleri açısından kendi içerisinde birçok faktörden etkilenebilir. Çalışanlar, sahip olduğu statükoyu kaybetme korkusu yaşayabilir, bulunduğu ortamda güven duygusunun kaybolacağı düşüncesine kapılabilir, çalışma koşullarının daha kötü olacağını, ekonomik ve sosyal olarak bir kayba uğrayacağını düşünebildiği gibi yeni sistemin getirdiği bilgi eksikliğinden kaynaklanabilecek yetersizlik ve bilinmeyenden korkma duygusuna kapılabilir (Urgan vd., 2020).

Bununla birlikte, çalışanların değişime direnç göstermesinde sosyo-demografik özellikleri de etkili olabilir. Bu nedenle bu bölümde, banka çalışanlarının değişime karşı direnç göstermelerinin sosyo-demografik özelliklere göre farklılık olup olmadığı ile ilgili bilgiler verilmiştir.

2.DEĞİŞİME KARŞI DİRENÇ

Değişime karşı direnç, en yalın haliyle değişen koşullara, durumlara ve yeniliklere karşı engel olma isteğidir. Literatürde değişime direnç kavramı ile ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Coch ve French (1948) değişime karşı direnç kavramını ilk olarak ele alanlardan biri olup bu kavramı örgüt yönetiminin, örgütün işleri ve işlerin yapılış yöntemlerine dayatmaları ve çalışanların istenmeyen davranışları olarak tanımlamışlardır. Lewin (1952) ise değişime karşı direnç kavramını ilk kez kuramsallaştırmış ve değişime karşı direnci “*statükoyu sürdürme yönünde hareket eden kısıtlayıcı güç*” olarak ifade etmiştir (Bozgan Fendoğlu, 2022).

Alan yazındaki diğer çalışmalar incelendiğinde Keen (1981) değişime direnci “*örgütsel değişime karşı gösterilen tepki*”, Collinsion (1994) “*mevcut varsayımlara, söylemlere ve güç ilişkilerine meydan okumaya, bozmaya veya tersine çevirmeye davranışı*” Koçel (2007), “*değişimin statükoyu bozması, bilinenden uzaklaşmayı gerektirmesi ve alışıldan vazgeçmeyi öngörmesi gibi nedenlerden dolayı rahatsız edici bir olay*”, Oreg, Vakola ve Armenakis (2011) “*değişimin uygulanmasını engellemeyi amaçlayan her türlü güç, eylem ve tepkiyi içeren değişimle ilgili olumsuz bir tepki*”, Makina ve Keng'ara (2018) “*düşünme ve davranış biçimlerimizi değiştirmeye karşı isteksizliği ya da anlayışsızlığı yansıtan bir zihin durumu*” olarak tanımlamışlardır (Keen, 1981; Collinsion, 1994; Koçel, 2007; Oreg, Vakola ve Armenakis, 2011; Makina ve Keng'ara, 2018).

Günümüzde birçok örgüt, bilgi ve iletişim teknolojilerinin hayatın her alanında yer bulmasıyla yeni teknolojilere uyum sağlayabilmek için yeni bir düzen kurmak istemektedirler. Ancak yeni düzenin getireceği bilinmezlik, örgüt çalışanları açısından doğrudan kabul edilebilir bir durum olmamaktadır. Dolayısıyla örgüt içerisinde çalışanlar, bilinmezlikten ötürü yeni bir düzene geçme konusunda isteksiz olabilecekleri gibi değişime karşı direnç gösterebilmektedirler. O halde, yeniliklere, değişimlere uyum sağlamak isteyen örgütlerin karşılaşabileceği en yaygın sorunlardan birinin değişime direnç olduğunu söylemek mümkündür (Boohene ve Williams, 2012).

Değişime direnç, literatürde örgüt düzeyinde direnç, grup düzeyinde direnç ve bireysel düzeyde direnç olarak üçe ayrılmaktadır. Örgüt düzeyinde direnç, güç ve çatışma, işlevsel yönelim, mekanik yapı ve örgüt kültüründeki farklılıklar nedeniyle değişime direnci içermektedir (George ve Jones, 2012). Grup düzeyinde direnç, grup normları, bağlılık, grup düşüncesi ve bağlılığın artması nedeniyle olan değişime direnci içermektedir (Singh vd., 2012). Bireysel düzeydeki direnç ise belirsizlik ve güvensizlik, seçici algı ve tutma ve alışkanlık

nedeniyle olan değişime direnci içermektedir (Ansoff, 1985; Amarantou vd., 2018).

Touchale ve Hashim (2018) değişime direnç kavramını rutin arayış, duygusal tepkiler, kısa vadeli odaklanma ve bilişsel katılık olmak üzere dört boyut olarak belirlemişlerdir (Elgohary ve Abdelazyz, 2020).

➤ **Rutin arayış** boyutunda çalışanlar, sabit ve rutin çalışma düzenlerinden hoşlanır ve bu ortamlarının devamını tercih ederler. Bazı çalışanlar, düşük düzeyde yenilik ve teşvik için bir tercihle eski alışkanlıklarından vazgeçmeye isteksizlik gösterirler.

➤ **Duygusal tepkiler** boyutu çalışanlarda kontrolü kaybetme korkusu ve psikolojik dayanıklılık eksikliği gibi tepkileri içermektedir.

➤ **Kısa vadeli odaklanma** boyutu değişimin potansiyel uzun vadeli faydalarının aksine bireylerin kısa vadeli zorluklara ne ölçüde dahil olduğunu yansıtır.

➤ **Bilişsel katılık** boyutunda ise çalışanlar fikirlerini kolayca değiştirmezler ve farklı fikir ve bakış açılarını dikkate almaya isteksiz davranırlar.

Örgütlerde çalışanların değişimlere karşı direnç göstermelerinin pek çok nedenleri vardır. Sabuncuoğlu ve Tüz (2001) değişime karşı direnme nedenlerini rasyonel, psikolojik, ekonomik ve sosyolojik sebepler olmak üzere dört başlıkta gruplandırmıştır. Sabuncuoğlu ve Tüz (2001) rasyonel sebepleri, değişim olgusunun doğası gereği bilinmezliğe karşı gösterilen tepki olarak, psikolojik sebepler için, yeni düzenin oluşmasıyla birlikte ortaya çıkan güvensiz durumu, ekonomik sebepler için, çalışanların işsiz kalma korkusu veya aldıkları ücretlerin düşeceklerine ilişkin endişeler olarak ve sosyolojik nedenler açısından ise örgütteki ilişkilerin bozulmasıyla ilgili endişeleri kapsadığını ifade etmiştir (Akman, 2017).

Aktan ve Yay (2016) ise değişime karşı direnç nedenlerinin başında, mevcut düzeni kurulu olan bir çalışanın bulunduğu statükoyu kaybetme düşüncesi olduğunu ifade etmişlerdir. Örgütler, değişim sürecine girdikleri zaman çalışanlar, mevcut düzenlerinin değişip yerine yeni bir düzen oluşacak olması nedeniyle doğal olarak bulunduğu statükoyu muhafaza etmek isteyecek ve bu bağlamda statüyü kaybetmek istemeyeceklerdir (Aktan ve Yay, 2016). Oysa değişim sürecinin vurgusu statükoyu değiştirmeye yöneliktir. Statükonun değiştirilmesine karşı çalışanların direnci genellikle başarısız bir değişime önemli bir katkıda bulunmaktadır (Bovey ve Hede, 2001).

Örgütlerin değişim sürecinde çalışanlarının aslında direnç göstermesi normal bir durumdur. Burada önemli olan direnmeyi olumlu yönetebilmektir. Örgütlerde yaşanacak olan değişimlerin başarılı bir şekilde gerçekleşmesi için çalışanın en önemli bir unsur olduğu unutulmamalı ve bu bağlamda örgüt çalışanlarında

kesinlikle cezalandırma yöntemine gidilmemelidir. Ayrıca çalışanlara katı ve sert kurallar uygulanmamalı ve değişim karşısında da çalışanların kendilerini ifade etmelerine imkân sağlanmalı ve çalışanların değişimden beklentileri tespit edilmelidir (Tunçer, 2013). Bununla birlikte örgüt yöneticileri, değişimle ilgili olarak tüm çalışanları bilgilendirilmeli, değişimin faydalı ve gerekli olacağı konusunda çalışanların inanmalarını sağlamalıdır (Şen ve İrge, 2022).

Kotter (1995) yaptığı araştırmada, büyük değişim girişimlerinin sadece üçte birinin başarılı olduğunu söylemektedir. Bununla birlikte çalışanlarda iş kaybı korkusu, beceri/egitim yeni teknolojiye kıtlık, bilinmeyen gelecek ve uyum sağlama yeteneği korkusu, değişime karşı düşük tolerans, kişisel sözleşmelerin ihlali, rekabet halindeki taahhüt, pekiştirici olmayan ödül sistemleri, akran baskısı, güvensizlik iklimi, örgütsel politika, kötü zamanlama, kontrol kaybı, destek sisteminin kaybı ve benzeri nedenler literatürdeki bilim adamları tarafından açıklanan değişim direncinin bazı olası nedenleri olduğunu ifade etmektedir (Kotter, 1995; Basyal ve Seo, 2017).

3. METODOLOJİ

Bu araştırmada, banka çalışanlarının değişime direnç gösterme eğilimlerinde sosyo-demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini, Karadeniz bölgesinde *Trabzon, Zonguldak, Rize, Gümüşhane, Samsun, Giresun, Ordu, Karabük, Düzce ve Bolu illerinde* faaliyet gösteren, müşterilerine bankacılık hizmeti veren 8023 kamu ve özel banka çalışanı oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini ise bu bankalarda çalışan 390 personel oluşturmakta olup verilerin elde edilmesinde anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anketlerden elde edilen verilere SPSS 23.0 istatistiksel paket programında frekans analizi, normallik testi, güvenilirlik analizi, T-testi ve Anova testleri uygulanmıştır.

Araştırmada, banka çalışanlarında değişime direnci ölçebilmek için Oreg (2006) tarafından geliştirilen ve Çalışkan (2019) Türkçeye uyarlamasının yapıldığı “Değişime Direnç: Bir ölçek Uyarlama Çalışması”ndan yararlanılmıştır. Bu ölçek, bilişsel tepki, duygusal tepki ve davranışsal tepki olmak üzere 3 alt boyut ve 15 ifadeden oluşmaktadır. Ölçekte 4, 5, 8 ve 15’nci ifadeler ters kodlanmıştır. Ölçek, 5’li likert skalasına göre derecelendirilmiştir (1=Kesinlikle katılmıyorum; 2=Katılmıyorum; 3=Fikrim yok; 4=Katılıyorum; 5= Kesinlikle katılıyorum). Araştırmanın hipotezleri sosyal değişim kuramına göre oluşturulmuştur:

H₁: Banka çalışanlarının değişime direnç düzeyleri cinsiyetleri açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₂: Banka çalışanlarının değişime direnç düzeyleri medeni durumları açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₃: Banka çalışanlarının değişime direnç düzeyleri yaş durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₄: Banka çalışanlarının değişime direnç düzeyleri eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₅: Banka çalışanlarının değişime direnç düzeyleri gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₆: Banka çalışanlarının değişime direnç düzeyleri bankadaki görevlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₇: Banka çalışanlarının değişime direnç düzeyleri çalıştığı bankadaki deneyim süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

4. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında örneklem olarak ele alınan 390 banka çalışanın sosyo-demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Değişken		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	170	43,6
	Erkek	220	56,4
Medeni Durum	Evli	289	74,1
	Bekar	101	25,9
Yaş	18-25 yaş	7	1,8
	26-33 yaş	110	28,2
	34-41 yaş	178	45,6
	42-49 yaş	79	20,3
	50 yaş ve üzeri	16	4,1
Eğitim Durumu	Lise	22	5,6
	Ön Lisans	24	6,2
	Lisans	310	79,5
	Lisansüstü	34	8,7
Brüt Geliriniz	4.000-6.000 TL	50	12,8
	6.001 – 8.000 TL	95	24,4
	8.001 – 10.000 TL	80	20,5
	10.001 – 12.000 TL	55	14,1
	12.001 TL ve üzeri	110	28,2

Bankadaki Göreviniz	Gişe/Operasyon	84	21,5
	Bireysel Portföy	60	15,4
	Yöneticisi		
	Kobi Portföy Yöneticisi	71	18,2
	Ticari Portföy Yöneticisi	44	11,3
	Müdür	57	14,6
	Diğer	74	19,0
Çalıştığı Bankadaki Süreniz	1 yıl ve altı	10	2,6
	2-5 yıl	76	19,5
	6-10 yıl	123	31,5
	11-15 yıl	105	26,9
	16-20 yıl	41	10,5
	21-25 yıl	28	7,2
	26 yıl ve üzeri	7	1,8

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya 390 banka çalışanı katılım göstermiştir. Katılımcıların %43,6'sı kadın ve %54,6'sı erkektir. Çalışanların çoğu evli ve yaşları açısından incelendiğinde ise çoğunluğun %45,6 ile 34 ile 41 yaş arasında olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyleri oranlarına göre ise çalışanların %79,5'i lisans mezunudur. Brüt gelirleri çalışından incelendiğinde ise çoğunluğun %28,2'si 12.001 TL ve üzeri gelire sahiptir. Bankada çalıştıkları birimler açısından incelendiğinde her bir departmanda çalışan sayısı birbirlerine yaklaşık orandadır. Son olarak çalıştığı bankadaki deneyim süresi açısından incelendiğinde çoğunluğun 6-15 yıl arasında olduğu gözükmemektedir.

4.2.Güvenilirlik Analizi Bulguları

Güvenilirlik, ölçüm araçlarının farklı zamanlarda, farklı yerlerde, aynı evren içinden seçilen farklı örnekleme uygulandığında, benzer sonuçlar vermesi olarak tanımlanmaktadır. Aynı ölçüm aracı ile farklı zamanlarda yapılan ölçüm sonuçları arasındaki tutarlılık olarak da adlandırılabilir (Örücü vd., 2022a). Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğinin sınanmasında Cronbach's Alpha istatistiğinden yararlanılmış ve bu değer ,885 olarak bulunmuştur.

Cronbach's Alpha katsayısı 0 ile 1 arasında değişen değerler almaktadır. Bu katsayı 1'e yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliği artmaktadır. Cronbach's Alpha 0,40-0,60 arasında bir değer alıyorsa ölçek düşük güvenilir, 0,60-0,80 arasında bir değer alıyorsa ölçek oldukça güvenilir ve 0,80-1,00 arasında bir değer alıyorsa ölçek yüksek güvenilirliktedir (Gürbüz ve Şahin, 2018; Örücü vd., 2022b). Araştırmada kullanılan ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,885 olduğundan ölçek yüksek güvenilirliktedir.

4.3. Normallik Testi Bulguları

Araştırma verilerinin normal olarak dağılıp dağılmadığını tespit etmek için öncelikle normallik testi uygulanmış ve değişkenlerin Çarpıklık (Skewness) ile Basıklık (Kurtosis) değerlerine bakılmıştır. Bu değerlerin -1,5 ile +1,5 aralığında olması normal dağılımın var olduğunu göstermektedir (Gürbüz ve Şahin 2018).

Tablo 2. Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

	Min	Maks	X	Skewness	Kurtosis
Değişime Direnç	1,40	4,13	2,4923	,724	1,024

Tablo 2’de görüldüğü gibi ölçekler için Basıklık (Kurtosis) ve Çarpıklık (Skewness) +1,5 ile -1,5 arasında bir değer aldığı ve verilerin normal dağılım gösterdikleri görülmüştür.

4.4. T-Testi Bulguları

Araştırmada H_1 ve H_2 hipotezlerinin test edebilmek için “Bağımsız Örneklem T-Testi” (Independent Samples T-Test) kullanılmıştır. Bağımsız örneklem t testi, örnek boyutunun küçük olduğu ve evrene (ana kitleye) ait standart sapmaların bilinemediği durumlarda t-dağılımından yararlanarak incelenen bir değişken açısından bağımsız iki grup arasında anlamlı farkın olup olmadığının incelenmesine yönelik hipotezleri test etmeye çalışan bir analiz yöntemidir (Örücü ve Çoban, 2017).

Tablo 3. H_1 ve H_2 Hipotezleri İçin T- Testi Bulguları

		<i>n</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>Levene’s Test</i>		<i>t</i>	<i>p</i>
					<i>F</i>	<i>Sig.</i>		
Cinsiyet	Kadın	170	2,5278	,46930	,107	,744	1,370	,171
	Erkek	220	2,4648	,43476				
Medeni Durum	Evli	289	2,4932	,44464	,379	,539	,064	,948
	Bekar	101	2,4898	,46965				

Bağımsız örneklem t testi bulgularının yorumlanmasında iki kademeli işlem söz konusudur. Birinci kademede Levene testi yardımıyla varyansların eşit olup olmadığına bakılır. İkinci kademede ise birinci kademe sonucuna göre “Equal variance assumed (varyansların eşit olması durumu)” veya “Equal variance not assumed (varyansların farklı olması durumu)” satırlarındaki t değerine ait “Significance (2-tailed)” değerine bakılarak yorum yapılmaktadır (Coşkun vd., 2015). Tablo 3’te yapılan t-testi sonucunda $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde, levene testi anlamlılık düzeyi cinsiyetleri açısından sig.= 0,744 ve medeni durumları

açısından $\text{sig.}=,539$ olduğundan iki grubun varyanslarının eşit olduğu görülmektedir. Bu durumda Tablo 3'te t ve p değerleri eşit varyanslı olduğu satırdaki bulgular gösterilmiştir. Yapılan t testi sonuçlarına göre banka çalışanlarının cinsiyetleri ($p=,171>0,05$) ve medeni durumları ($p=,948>0,05$) açısından değişime direnç düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Bu durumda H_1 ve H_2 hipotezleri reddedilmiştir.

4.5. Anova Testi Bulguları

Anova testi, araştırmalarda sıklıkla kullanılan istatistiksel tekniklerden biridir. Ortalamalar arasındaki farkın anlamlılığını test etmede çoklu gruplar için kullanılan Anova, varyans analizinin başlıca tekniğidir.

Tablo 4: H_3 Hipotezi İçin Anova Testi

<i>Yaşınız</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
18 – 25 yaş	7	2,5429	,50980	1,055	,379
26 – 33 yaş	110	2,4382	,40792		
34 – 41 yaş	178	2,5408	,47743		
42 – 49 yaş	79	2,4608	,46864		
50 yaş ve üzeri	16	2,4583	,25400		
Toplam	390	2,4923	,45064		

Banka çalışanlarının değişime dirençlerinin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,055$; $p=0,379>0,05$). Bu bağlamda H_3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 5: H_4 Hipotezi İçin Anova Testi

<i>Eğitim Düzeyiniz</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Lise	22	2,6091	,34383	,841	,472
Ön Lisans	24	2,5722	,49144		
Lisans	310	2,4798	,46977		
Lisansüstü	34	2,4745	,26145		
Toplam	390	2,4923	,45064		

Banka çalışanlarının değişime dirençlerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,841$; $p=0,472>0,05$). Bu bağlamda H_4 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 6. H_5 Hipotezi İçin Anova Testi

<i>Gelir Durumunuz</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
4.000 - 6.000 TL	50	2,5760	,34778	2,996	,019
6.001 – 8.000 TL	95	2,5944	,48502		
8.001 – 10.000 TL	80	2,4742	,47450		
10.001 – 12.000 TL	55	2,3855	,42158		
12.001 TL ve üzeri	110	2,4327	,44090		
Toplam	390	2,4923	,45064		

Banka çalışanlarının değişime dirençlerinin gelir durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=2,996$; $p=0,019<0,05$). Bu bağlamda H_5 hipotezi kabul edilmiştir. Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonucunda, geliri seviyesi düşük olanların, gelir durumu yüksek olanlara göre daha fazla değişime direnç gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 7. H_6 Hipotezi İçin Anova Testi

<i>Bankadaki Göreviniz</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Gişe/Operasyon	84	2,5532	,38898	4,380	,001
Bireysel Portföy Yöneticisi	60	2,6789	,54940		
KOBİ Portföy Yöneticisi	71	2,4000	,44863		
Ticari Portföy Yöneticisi	44	2,4379	,43358		
Müdür	57	2,3520	,37241		
Diğer	74	2,5009	,44458		
Toplam	390	2,4923	,45064		

Banka çalışanlarının değişime dirençlerinin bankadaki çalıştıkları birim değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=4,380$; $p=0,001<0,05$). Bu bağlamda H_6 hipotezi kabul edilmiştir. Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonucunda, bireysel portföy yöneticileri ve gişe departmanında çalışanların üst birimde çalışanlara ve yönetici pozisyonu olanlara göre daha fazla değişime direnç gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 8. H_7 Hipotezi İçin Anova Testi

<i>Çalıştıkları Süre</i>	<i>Bankadaki</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
1 yıl ve altı		10	2,3933	,48427	2,486	,023
2 - 5 yıl		76	2,3763	,36249		
6 - 10 yıl		123	2,5886	,44914		
11-15 yıl		105	2,5086	,48218		
16-20 yıl		41	2,4813	,45814		
21-25 yıl		28	2,3476	,48461		
26 yıl ve üzeri		7	2,6000	,30062		
Toplam		390	2,4923	,45064		

Banka çalışanlarının değişime dirençlerinin bankadaki çalıştıkları tecrübe süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=2,486$; $p=0,023<0,05$). Bu bağlamda H_7 hipotezi kabul edilmiştir. Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonucunda, 26 yıl ve üzerinde çalışanların daha az süre çalışanlara göre değişime daha fazla direnç gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

SONUÇ

İnsanları, eğitim ve öğretim sonucu kazandıkları becerilerinin sonucu olan tecrübeleri ve alışkanlıklar yönetir, değişim ise tecrübe ve alışkanlıkların terk edilmesi ya da farklılaştırılması anlamına gelir. Yaşam koşulları, ilişkiler, konum, rekabet, teknolojik ihtiyaçlar ve isteklerdeki değişimler insanları sürekli değişime zorlamaktadır. İnsanlar, değerli olduklarına inandıkları konfor alanlarının yok olması, alışkanlıkların değişmesi ve yetersiz kalma korkusuyla değişime direnirler.

Her değişim, belirsizlik içerdiği için çalışanların güvenlik duygularını tehdit eder. Bilinmezlik ve belirsizlik, değişime karşı direnci artırır. Direnci azaltmak için değişimden etkilenen olan çalışanları, değişimin süreçlerine dâhil etmek ve bilgilendirmek değişimin daha kolay gerçekleşmesine neden olur. Değişimlerin sonucunda mevcut ilişkilerin yeniden düzenlemesi, iş arkadaşlarında değişim yaşanması, başka organizasyon yöneticilerine bağlanma, yeni organizasyonlarda kendini kabul ettirme korkusu gibi sonuçları barındırdığı için tepkilerle karşılaşmak olasılık dâhilindedir.

Her değişim, güç dengelerini de değiştireceği için ellerindeki gücü kaybetmesi muhtemel olan çalışanlar değişime direnirler. İnsanın gücünü ve gelirini kaybetme korkusu, değişime olan direnci artırır. Bankacılık sektöründe yaşanan

rekabet değişim sürecini sürekli ve kaçınılmaz yapmaktadır. Burada süreci yönetmek önem arz etmektedir. Değişimi yönetmenin birinci koşulu çalışanların tedirginliğini anlamak, değişime direnç gösteren çalışanlara destek olmak, onları bilgilendirmek ve onlara yardım etmektir. Direnç gösterenleri görmezlikten gelmek ya da kokutmak, tehdit etmek direnci ortadan kaldırmayacağı gibi paniğin genişlemesine ve büyümesine neden olabilir.

Değişime karşı direncin nedenlerinin belirlenmesi söz konusu nedenleri ortadan kaldırabilmek için isabetli kararlar alınmasına önemli derecede katkı sağlayacaktır. Çalışmada, banka çalışanlarının gelir seviyesindeki değişime göre değişime direnç göstermelerinde istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Gelir seviyesi düşük olanlar, gelir durumu yüksek olanlara göre değişime karşı daha fazla direnç gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum değişimin sonucunda iş kaybı ve yeni iş bulma korkusu ile açıklanabilir.

Genellikle rutin işlerde görev yapan düşük gelir sahibi çalışanlar, değişim sonucu işsiz kalmak, yeni bir iş bulamama ya da yeni bir iş bulmanın belirsiz bir süreç ihtiva etmesi korkusuyla yaşamsal ihtiyaçlarını karşılama endişesi ile sahip oldukları işe ve gelire sıkı sıkıya bağlılık gösterirler ve değişime direnç gösterirler. Banka çalışanlarının değişime direnç düzeyleri gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermeleri sektör ile uyumludur. Dolayısıyla düşük gelirliilerin değişime dirençlerini kırmak adına değişim çalışmalarına katılmaları önceden konuyla ilgili eğitimler almalarının yararlı olacağı söylenebilir.

Öte yandan banka çalışanlarının değişime dirençlerinin bankadaki çalıştıkları birim değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur. Gişe departmanlarında çalışanlar ve bireysel portföy çalışanlarının üst birimdeki yönetici pozisyonu olanlara göre daha fazla değişime direnç gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bankacılık sektöründe gişe departmanında çalışanların yaptıkları işin türü gereği düşük gelir seviyesine sahip olmaları, alternatiflerinin fazla sayıda olması ve iş kaybetme korkusu gibi nedenlerle değişime direnç göstermektedirler. Bireysel portföy çalışanlarının yaptıkları işlerin teknolojik gelişmelerden daha kolay ve hızlı bir şekilde etkilendiği söylenebilir. Yaptıkları iş süreçlerinin bilgi işlem mekanizmalarına devredilmesi ya da onların işlerinin gişe çalışanlarına devredilmesiyle bankaların bireysel departmanların neredeyse tamamen kaldırılmış olması gösterilen direncin bir göstergesidir.

Banka çalışanlarının değişime dirençlerinin bankadaki çalıştıkları tecrübe süresine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur. 26 yıl ve üzerinde çalışanların diğer çalışanlara göre daha fazla değişime direnç gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Çok uzun süre aynı kurumda çalışanlar, çalıştıkları kuruma karşı aidiyet duygusu beslerler. Yıllar ilerledikçe kurumundan ayrılmayı ya da sistem dışı kalmayı kolay kabul etmezler. İlerleyen yaşları gereği yeni bir iş

bulma olanaklarının azalması nedeniyle değişime direnç gösterirler. Yaşanacak değişim sonucunda ya iyi ilişki kurdukları işlerini kolayca hallettikleri kişilerin sistem dışı kalması sonucunda etkisiz kalma korkusu yaşarlar ya da bizzat kendisinin işsiz kalma korkusuyla değişime direnç gösterirler.

Bu çalışmada ulaşılan sonuçlar, genel olarak sektörde yaşanan gelişmelerle örtüşmektedir. Teknolojik gelişmelere paralel olarak öncelikle nispeten daha az özellik taşımayan işleri yerine getiren çalışanlar sistem dışında kalmaktadırlar. Bu işleri yapan çalışanlar genellikle düşük gelir seviyesine sahip çalışanlardır. Teknolojik gelişmeler daha fazla özellik gerektiren işleri yapan çalışanlar daha az ve uzun sürede etkilenmektedir. Çok uzun süreli çalışanların genellikle kolay iş bulamama korkusu ile direnç sergilediği görülmektedir.

Banka çalışanlarının değişime direnç düzeyleri cinsiyet bakımından, medeni durumları açısından, yaş durumlarına göre ve eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır. Bu durum, sektörde çalışanların yaş durumu ve eğitim düzeylerinden çok kuruma sağladıkları fayda, verimlilik ve organizasyon şemasında kurdukları ilişki düzeyleri ile ifade edilebilir. Çalışanlar, yaptıkları işin bankalar için faydalı ve kârlı olduğunun bilincinde oldukları zaman değişimin kendisini olumlu etkileyeceğini düşünerek değişime direnç göstermezler. Cinsiyet ve medeniyet durumunun değişim sürecine etkisinin ya çok az olduğu ya da hiç olmadığı gözlenmektedir.

Sonuç olarak değişime direnç, tüm işletmeler tarafından ele alınması gereken en kritik bir olgudur. Banka çalışanlarında değişime direnci en az seviyeye indirmek için değişimi iyi yönetmek gerekir. Birçok işletmede değişim faaliyetlerine ulaşmada başarısız olunmasının nedeni yapılacak olan değişimin bireyler üzerindeki etkisinin çok az düşünülmesiyle ilgilidir. Öncelikle, bankaların üst düzey yönetimleri yapılacak değişimlere dâhil olması ve öncüllük etmesi inandırıcılık ve gereklilik açısından önem arz etmektedir. Departmanlar arasındaki tüm iletişim engelleri kaldırılmalı ve çalışanların misyonlarını yerine getirebilmeleri için etkili değişiklikler yapılmalıdır. Yönetimler, çalışanların performans ölçülerini kolayca anlaşılabilir hale getirebilir ve eğitim seansları düzenleyerek değişim hakkında bilgilendirmeler yapabilirler.

KAYNAKÇA

1. Abraham, R. (2000). Organizational cynicism: Bases and consequences. *Genetic, social, and general psychology monographs*, 126(3), 269- 292.
2. Akman, A. (2017). Sınıf öğretmenlerinin değişime direnç nedenlerinin incelenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, İstanbul.
3. Aktan, C. C., & Yay, S. (2016). Öğrenilmiş çaresizlik ve değişime karşı pasif direnç. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 8(2), 58-71.
4. Amarantou, V., Kazakopoulou, S., Chatzoudes, D., & Chatzoglou, P. (2018). Resistance to change: an empirical investigation of its antecedents. *Journal of Organizational Change Management*.
5. Ansoff, I.H. (1985), *Implanting Strategic Management*, Prentice Hall International, London
6. Atam, S., Dindar, Z., & Alan, H. (2020). Değişime dirençte yönetici hemşiresinin rolü. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 7(2), 316-322.
7. Basyal, D. K., & Seo, J. W. (2017). Employees' Resistance to Change And Technology Acceptance in Nepal. *The Journal of University Grants Commission*, 6(1), 1-15.
8. Boohene, R., & Williams, A. (2012). Resistance to organizational change: A case study of Oti Yeboah Complex Limited. *International Business and Management*, 4(1), 135-45.
9. Bovey, W. H., & Hede, A. (2001). Resistance to organisational change: the role of defence mechanisms. *Journal of managerial psychology*.
10. Bozgan Fendoğlu, S. (2022). Psikolojik Sermayenin Değişime Direnç Tutumu Üzerindeki Etkisinde Algılanan İletişim Kalitesi ve Algılanan Örgütsel Desteğin Düzenleyici Rolü, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
11. Coch, L., & French Jr, J. R. (1948). Overcoming resistance to change. *Human relations*, 1(4), 512-532.
12. Collinson, D. (1994). Strategies of resistance: power, knowledge and subjectivity in the workplace.
13. Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2015). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
14. Çalışkan, A. (2019). Değişime direnç: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 237-252.
15. Elgohary, E., & Abdelaziz, R. (2020). The impact of employees' resistance to change on implementing e-government systems: An empirical study in

- Egypt. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 86(6), e12139.
- 16.Genç, E. (2020). Üniversite öğrencilerinin değişime direnç düzeylerinin uzaktan eğitime yönelik tutumlarına etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(5), 3774-3801.
- 17.George, J. and Jones, G. (2012), Understanding and Managing Organizational Behavior, Custom ed., *Pearson Custom Publishing*, Boston, MA.
- 18.Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. (5. Baskı). Seçkin Yayınları.
- 19.Keen, P. G. (1981). Information systems and organizational change. *Communications of the ACM*, 24(1), 24-33.
- 20.Koçel, T. (2007). İşletme yöneticiliği. İstanbul: Arıkan Basım Yayın
- 21.Kotter, J. P. (1995). Leading Change: why transformation efforts fail. (Cover Story). *Harvard Business Review*, 73(2): 59-67.
- 22.Makina, I., & Keng'ara, R. (2018). Managing strategic change of an organization's performance: A case study of Nzoia sugar company, Kenya. *Universal Journal of Management*, 6(6), 198-212.
- 23.Oreg, S. (2006). Personality, context, and resistance to organizational change. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 15(1), 73-101.
- 24.Oreg, S., Vakola, M., & Armenakis, A. (2011). Change recipients' reactions to organizational change: A 60-year review of quantitative studies. *The Journal of applied behavioral science*, 47(4), 461-524.
- 25.Örücü, E., & Çoban, M. (2017). Kamu ve özel bankalarda uygulanan liderlik tarzlarının kıyaslanması üzerine bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 1-15.
- 26.Örücü, E., & Kurt, P., & Hasırcı, I. (2022a). Mülteci öğrencilerin fen bilimleri dersine yönelik tutumlarının okula yabancılaşma üzerindeki etkisinde derste yapılan etkinliklerin aracılık rolü. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(1), 191-208.
- 27.Örücü, E., Kurt, P., & Hasırcı, I. (2022b). Covid-19 Sürecinde Yaygınlaşan Uzaktan Eğitimin Üniversite Öğrencilerinin Yenilikçi Davranış Eğilimleri ile İlişkinde Örgütsel Adalet Algısının Aracılık Rolü: Bir Araştırma. *İzmir İktisat Dergisi*, 37(2), 387-405.
- 28.Sabuncuoğlu, Z. & Tüz, M. (2001). Örgütsel Psikoloji. Bursa: Ezgi Kitapevi

- 29.Singh, K., Saeed, M. and Bertsch, A. (2012), “Key factors influencing employee response toward change: a test in the telecom industry in India”, *Journal of Management Policy and Practice*, Vol. 13 No. 3, pp. 66-81.
- 30.Şen, E. ve İrge, N. T. (2022). Çalışanların değişime dirençlerinin örgütsel çevikliğe etkisinde personel güçlendirmenin aracı rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 20(43), 119-148.
- 31.TBB (2022). Türkiye Bankalar Birliği, Erişim adresi: <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>
- 32.Touchaie, S., & Hashim, N. (2018). The influence of dispositional resistance to change on seniors' mobile banking adoption in Malaysia. *Journal of Soft Computing and Decision Support Systems*, 5(6), 1–1.
- 33.Tunçer, P. (2013). Değişim yönetimi sürecinde değişime direnme. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(1), 373-406
- 34.Urgan, S., Şerafettin, S ve Özügüleş, B. (2020). Organizasyonlarda görülen değişime direnç, yabancılaşma ve değersizlik hissi: bir kamu hastanesinde araştırma. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 15-24.

TURİZM VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİNDE BİLGİSAYAR DESTEKLİ EĞİTİMİN UYGULANABİLİRLİĞİ: SİMÜLASYON YAKLAŞIMI *

Şerif BALDIRAN¹

Öcal USTA²

** Bu çalışma Prof. Dr. Öcal USTA danışmanlığında 04/03/2004 tarihinde sunduğumuz “Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitimine Yönelik Yazılım Geliştirilmesi ve Bir Eğitim Modeli Önerisi” başlıklı doktora tezi esas alınarak hazırlanmıştır.*

** Bu çalışma, I. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu 16-18 Mayıs 2007 Çanakkale ‘de sözlü olarak sunulan ancak tam metni yayımlanmayan “Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitiminde Bilgisayar Destekli Eğitimin Uygulanabilirliği “Simülasyon Yaklaşımı” adlı tebliğin içeriği geliştirilerek ve kısmen değiştirilerek üretilmiş hâlidir.*

¹ Dr. Öğrt. Üyesi Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Öğretim Üyesi,
ORCID: 0000-0002-6948-5902

² Prof. Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi, Öğretim Üyesi,
ORCID: 0000-0002-4334-1513

GİRİŞ

Teknoloji insan yaşamını her geçen gün geri dönüşümü olmayacak şekilde değiştirmekte ve alışkanlıkları, zevkleri, duyguları ve hatta geleceğe dönük beklentileri etkilemektedir. Değişikliğin hız ve şekli başımızı döndürmekte ve turizm işletmeleri de bu değişimden kendilerine düşen payı almaktadır. Turizm sektörünün bu değişime ayak uydurabilmesi ise ancak değişimi anlayan ve onu takip edebilen yönetim ve yönetim anlayışı ile olmaktadır. Geleceğin müşterisinin ihtiyacı değişen teknolojiyle birlikte bilgiye dayalı ihtiyaçlarla karşılamakta ve bilgi ihtiyacının etkisi fiziksel ihtiyaçlar kadar şiddetli olabilmektedir. Olsen ve Connolly'ye (2000) göre, bilgi teknolojilerinin uygulamasından doğan etki, bundan da öte, bilginin kendisi bir gücü ifade etmekte ve teknolojiye dayalı pazarlamanın gücü, müşterinin bilgiye dayalı ihtiyaçlarının karşılanmasında yatmaktadır.

Uluslararası Otel ve Restoran Birliği (IH&RA), 1996 yılında uluslararası konaklama ağırlama endüstrisini değişime zorlayan beş en önemli unsurdan birinin teknoloji olduğunu tespit etmiştir. Bu araştırmayı devam ettirmek için daha sonra 1997 yılında Singapur'da ve diğeri ise 1998 Fransa'nın Nice kentinde gerçekleştirilen (Olsen ve Connolly 2000: 35) workshoplar sonunda ulaşılan anahtar sorulardan bir tanesi şuydu: "Teknolojiye dayalı işletmelerin gelecekteki yöneticilerini yetiştirmek için eğitim sistemi ve eğitim programlarında ne gibi değişiklikler yapılmalıdır?"

1. TEKNOLOJİYE BAĞLI OLARAK KONAKLAMA AĞIRLAMA ENDÜSTRİSİNDE MEYDANA GELEN DEĞİŞİM

Teknoloji geliştikçe, konaklama ağırlama işletmeleri de teknolojiye bağlı olarak değişmektedir. Bu değişim, işletmelerin alt yapılarından verdikleri hizmetlere, iş profillerinden müşteri profillerine kadar bir çok alanda kendisini göstermektedir. Otel işletmelerinde teknoloji kullanımı gönüllülük esasından daha çok zorlamayla olmaktadır. Genel kanaat otel işletmelerini teknoloji kullanmaya yönelten müşteridir. Çünkü, günümüz otel müşterileri kültürel olarak bulundukları toplumun üst gelir seviyesine sahip olmalarından dolayı, teknolojiye açıktırlar. Bu yüzden gittikleri otellerde de bu teknolojik yapıyı istemektedirler. Bu istek, turizm işletmelerinin yapılarını müşterilerin istekleri doğrultusunda değiştirmeye zorlamaktadır. Fakat otellerin teknolojiye bağlı değişmelerini sağlayan, bundan öte farklı zorlayıcı unsurlar vardır. Buhalis (1998), bunu itme ve çekme faktörleri olarak ikiye ayrılmaktadır.

Şekil 1'de gösterildiği gibi, işletmeyi bilgi teknolojisi kullanmaya iten faktörler; eğitim, devlet, stratejik ortaklar ve çalışma sistemidir. İtme faktörleri, işletmeyi bilgi teknolojilerini kullanmaya zorlayan dış unsurlardır. Normal olarak

işletme bilgi teknolojilerinin işletmede kullanılması gerektiğini fark edemezler. Fakat dış faktörler işletmeyi buna zorlamaktadırlar. İşletmeyi bilgi teknolojisi kullanmaya çeken faktörler ise, müşteri talepleri, günümüzde yaygın olarak kullanılmaya başlayan, intranet ve internet, seyahat işletmeleri ve gelişen muhasebe sistemleridir (Baldıran 2004; 14). Bu zorlama işletmelerin kalite ve maliyet kaygılarından kaynaklanmaktadır.

Konaklama-ağırlama işletmelerinin bilgisayar teknolojilerini kullanmaya başlamaları sonucu ise, otel işletmelerin kendi bünyelerinde önemli değişiklikler ortaya çıkmaktadır. Bu değişim iki yönlü olmaktadır. Bunlardan bir tanesi iş kapsamlarında meydana gelen değişim diğeri ise personel niteliklerinde meydana gelen değişimdir. Konaklama-ağırlama işletmelerinde yer alan işlerin niteliklerine baktığımızda daha çok emek yoğun bir yapıda olduğunu görmekteyiz. Fakat bilgisayar teknolojilerin hızlılık, doğruluk, maliyetlerde meydana getirdiği düşüş, bilgisayar teknolojilerinin otel işletmelerinde de hızlı bir kullanımını getirmiştir. Bu yüzden son on yılda işlerin nitelikleri emek yoğunluktan çok teknolojik unsurlara kaymaya başlamıştır. Özellikle, muhasebe, önbüro, kat hizmetleri, pazarlama, dış dünyayla sağlanana iletişim, güvenlik, enerji yönetimi ve tabi ki yönetsel işlemler, bilgisayara dayalı sistemler haline gelmişlerdir.

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, turizm pazarlaması farklı bir yapıya bürünmüş, turizm pazarlaması e-pazarlama şeklini almaya başlamıştır. Konaklama-ağırlama işletmeleri bu gücü etkin kullanmaya başlamaları ise turizmde, perakende satış yapan seyahat acentelerine bağlılığı azaltacak gözükmektedir. Çünkü, günümüz müşterileri artık herhangi bir seyahat acentesine gitmeden dünyanın herhangi bir yerinde bir otel işletmesinde kendi rezervasyonunu evinin çalışma odasındaki veya bürosundaki bilgisayardan gerçekleştirebilmektedir.

Bütün bu işlerinin niteliklerinde meydana gelen değişim karşısında, iş profillerin aynı kalacağını kim söyleyebilir? Tabi ki konaklama-ağırlama işletmelerinin istihdam etmek istedikleri personel profilinde değişim kaçınılmazdır. Çünkü, otellerin işlerinde meydana gelen teknolojiye dayalı değişim, arzu edilen personel niteliklerini de değiştirmektedir. Bu noktada, iki önemli soru ortaya çıkmaktadır. Bunlardan bir tanesi, işlerde meydana gelen bu değişime bağlı olarak yeni personel hangi nitelikleri taşımalıdır. İkinci soru ise, mevcut personel bu durum karşısında ne yapmaktadır? Bu soruya verilecek cevap belki de yeni bir soru olacaktır. Geleceğin turizm eğitimi nasıl olmalıdır?

1.1. Turizm Sektöründe Teknolojiye Bağlı Değişimin Turizm Eğitime Olası Etkisi

Olalı (1990, 296), “Turizm eğitim ve öğretimini oluşturan programlar donmuş, statik kalıplar olarak değil; nitelik ve nicelik bakımından günün koşullarına göre değiştirilebilecek, dinamik, esnek modeller olarak düşünülmelidir” diye belirtmektedir. Günümüzde, teknoloji turizm sektörünü özellikle otel işletmesi ve onun çevresini hızlı biçimde değiştirmektedir. O halde, turizm eğitiminin de teknolojik yönde değişmesi kaçınılmazdır. Diğer bir ifade ile teknolojik değişim, geleceğin turizm eğitimi değişime zorlamaktadır. Bu anlamda, geleceğin turizm eğitiminin teknolojiye dayalı olmalı demek biraz kolaycılık olacak ama, doğru bir tespittir. Bu yüzden, geleceğin turizm eğitimi içerisinde teknolojinin kullanılması ve teknolojinin öğretilmesi kaçınılmazdır. Bu teknoloji ise, otel işletmelerinin kullandığı bütün teknolojik unsurlardır.

Otel işletmeleri çok farklı teknolojik özellikleri kullanmasına rağmen, müşteri ve müşteri ile temas eden personel için önemli teknolojik unsurların çoğu artık bilgisayara dayanmaktadır. Bilgisayarlarda önemli unsurlar ise donanım ve yazılımlardır. Bu nedenle, müşteri ile karşı karşıya kalan ve aynı zamanda müşterilere bilgisayara dayalı hizmetler veren bu personelin öncelikli olarak bilgisayar okuru olması gerekmektedir. Bundan da öte, otel işletmesinin sistem yapısı içerisinde bilgisayar sistemlerinin ilişki ve bağlantılarını kurabilecek mantık ve bilgiye sahip olmak durumundadır. Bütün bunların yanında, yine hizmetin gerektirdiği nitelik ve özellikler olan, müşteri ile diyalog kurabilme, nezaket, insan davranışlarını anlama ve sorun çözmeye de sahip olmak durumundadır. Özellikle bu sorunları kavrama ve çözebilmeye, bilgisayar sistemlerinde meydana gelen sorunları da çözebilme eklenmelidir.

Turizm sektörü otomasyona çok az imkan vermesine rağmen, turizm sektöründe bilgisayar teknolojilerinin ağırlığı her geçen gün artmaktadır. Sektördeki bu değişim, işletmelerin iş özelliklerini dolayısıyla iş gücü profillerini değiştirmektedir. Otomasyona imkan vermemektedir ön yargısı artık eskisi kadar güçlü gözükmemektedir. Bilgisayarlı öğretim, geleceğin öğretim teknolojisi olacak ve bilgisayarla bu güncü yapısından çıkarak eğitim sürecinin birer parçası haline gelecektir (İpek 2001; 338). Özellikle, yönetici yetiştirmede bilgisayarların ağırlığı giderek artmakta, buda turizmde bilgisayar destekli eğitim imkanlarının araştırılması ve geliştirilmesi gereğini ortaya koymaktadır (Baldıran 2004).

Bilgisayar modellerinin kullanım alanlarının başında yönetici eğitimi gelmektedir. Bilgisayar destekli eğitim metotları, yöneticinin yönetim yetenekleri yanında bilişim teknolojisine dayalı yeteneklerini de geliştirmektedir. Geleceğin, yöneticileri şimdikinden daha fazla “Hybrid Managers”, yani farklı disiplinleri

bilen ve o disiplinlerde yetenekleri olan kişiler olacaktır (Curry ve Mountinho 1997: 34). Aynı zamanda, yöneticiler sisteme dayalı bilgisayar yeteneklerini sahip olmak zorundadırlar. Bilişim teknolojilerinin (IT) gelişimi ile yöneticilerin rolleri bilişim yeteneklerine doğru değişmiştir. Bilişim sistemleri, bilişim uzmanlarından çok, işletme içinde yönetim ve yöneticinin rolünü değiştirmekte ve onu sisteme dayalı bilişim teknolojisine doğru itmektedir. Otel işletmelerinde, özellikle, departman yöneticilerinin bilgisayar sistemi içinde hizmet unsurunu ön plana çıkarabilmek, üst yönetim ise stratejik kararlar alabilmek için bilişim teknolojisine ait yetenekleri etkin biçimde kullanabilmelidir. Bu da geleceğin otel yöneticilerinin otel yönetim becerilerini bilişim sektörü içinde kullanmaya zorlamaktadır. Otel yöneticileri eskiden personel yönetiminde uzmanlaşmaları gerekirken şimdilerde bu beceri üstünlüğü bilişim teknolojilerine doğru kaymıştır.

1.2. Turizm Eğitimine Dahil Edilebilecek Kritik Yetenekler ve Mesleki Beceriler

Konaklama-ağırlama işletmelerinin de meydana gelen bu değişim karşısında konaklama ağırlama eğitiminde ne tür beceriler yer almalıdır? Geleceğin turizm işletmeciliği eğitimi içine alınması gereken yetenekler geleceğin turizm işletmelerinin beklentilerine uygun olmalıdır. Geleceğin turizm eğitiminde, en başta değişime ayak uydurabilme yeteneği, değişen çevreye uyum gösterebilme ve değişen işletme kültürlerine yabancılaşmama yeteneğini içermelidir. Yani, değişime karşı yine değişimle cevap verebilme yeteneği ön planda olmalıdır. Çünkü, teknolojik gelişim hem işletmelerde, hem de onların iş ve personel profillerinde sürekli değişime zorlamaktadır. O halde, geleceğin turizm eğitiminin en büyük özelliği, değişime ayak uydurabilen kişiler yetiştirmek olacaktır.

İyi bir turizm eğitimine, bilgisayar teknolojilerinin kullanımı dahil edilmelidir. En önemlisi ise bilgisayarın bir yönetim aracı olarak kullanabilme yeteneği eğitimde yer almalıdır. Çünkü, değişim büyük oranda bilgisayara dayalı teknolojilerde ortaya çıkmaktadır. Yöneticilerin en önemli yeteneği karar verme olduklarından, gelişen teknolojilerin özellikle ileriye dönük kararlar verilmesinde önemli bir unsur olacaktır. Çoğu zaman ise teknolojik ortamda verilen kararların büyük çoğunluğu yine teknolojiye bağlı olmaktadır. Bu nedenle yetiştirilecek yöneticilerin karar verme yeteneklerini kazandırma amaçlı eğitime tabi tutulmalıdırlar. Örneğin, Gore (1995), karar verme ile ilgili projelerin teorik yapılarını ortaya koymakta ve otel yöneticileri için eğitim programı düzenleyeceklerine tavsiyelerde bulunmaktadır. Gore'e (1995) göre otel yöneticilerin karar verme yetenekleri, karar vericiye konu ile olabildiğince çok

deneyim ve geri besleme vermek ve belli karar verme prosedürleri uygulanmalı ile kazandırılabilir. Günümüzde yöneticilerin yeteneklerinin geliştirilmesinde kullanılabilecek en önemli araç bilgisayarlardır. Bilgisayarların gelişimi ile eğitim tekniklerinde de değişimler söz konusudur. Özellikle, bireysel eğitim ve uzaktan eğitim alanında bilgisayarlar yeni çıkışlar açmıştır.

3. BİLGİSAYAR DESTEKLİ TURİZM EĞİTİMİ

Bilgisayar destekli eğitim, eğitim hedeflerine bilgisayar aracılığıyla ulaşılmasıdır. Bilgisayar burada yeni bir teknoloji olarak öğretim sürecine yardım etmektedir (İpek 2001; 34). Günümüzde, bilgisayar destekli eğitim veya bilgisayara dayalı eğitim olarak adlandırılan eğitim, her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Özellikle, yaşam boyu eğitim veya kişisel eğitim kavramları ile birlikte anılmakta ve klasik eğitime alternatif olarak gösterilmektedir.

Son on yıl içinde bilgisayar destekli eğitim (BDE) pazarı sürekli büyümekte ve programların kalitesi günden güne artırılmaktadır. Ses ve görüntülü araçlar eklenmekte ve eğitim teknolojisinin yapısını değiştirmektedir. Günümüzde klavyeler hemen (just-in-time learning) ve yaparak öğrenme araçlarıdır (İpek 2001; 34). Bilgisayar destekli eğitim artık işletme ve eğitim kurumlarına yeni bir eğitim metodu olarak girmiştir. Bilgisayar destekli eğitimde bilgisayar, bir eğitim aracı olarak kullanılmasından öte eğitimi yönlendiren bir araç ve hatta eğitimin bir parça olmaktadır. Bu araç turizm eğitiminde nasıl kullanılabilir? Kullanmasında ortaya çıkan sorunlar nelerdir?

Bilgisayar destekli eğitim, teknolojik korkunun yenilmesi, korkutucu sayısal işlemlerin kolay biçimde eğitilmesi, etkileşimli olması, sonuçlarının kolayca raporlaştırılması gibi yararları ile turizm işletmeciliği eğitiminde kullanılmasına uygun görülmektedir. Bunların yanında Olalı ve Korzay (1993, 441)'a göre, bilgisayar destekli eğitimin faydaları; bireysel eğitime imkan vermesi, eğitim süresinin kısaltılması, eğitim için seyahatin kısaltılması, eğitimde standardizasyonun sağlanması, derslerin çabuk ve kolay güncellenmesi, eğitim transferinin ortadan kaldırılması ve eğitimin daha iyi değerlendirilmesine imkan sağlayacak niteliktedir.

Bilgisayar destekli turizm eğitiminde en önemli sorun; donanım ve yazılım gerekliliğidir. Bilgisayar destekli eğitim bilgisayara bağlı gerçekleşmesinden dolayı yeteri sayıda bilgisayara ihtiyaç duymaktadır. Günümüzde bilgisayarların ucuzlaması bu donanım sorunun çözümünde önemli yol alınmasını sağlamıştır. Fakat uygun yazılım sorunu hala ortada durmaktadır. Farklı disiplinlerde kullanılan yazılım türlerinin başında, alıştırma geliştirme yazılımları, hipertextler, elektronik kitaplar, oyunlar ve simülasyonlardır.

Bilgisayarlı öğretim denildiğinde il akla gelen e-öğretimdir. E-öğretim, internet, intranet veya bir bilgisayar ağı bulunan plâtfom üzerinde sunulan web tabanlı eğitim sistemidir. E-öğrenim turizm eğitiminde uygulayarak çağdaş eğitim gerekleri turizm eğitimine geçiş sağlanabilir. Böylece turizm eğitim sisteminde bilgi öğreten eğitim modelinden, bilgiye erişimi ve kullanmayı öğreten eğitim modeline geçişi sağlanacaktır. Turizm eğitiminde çağdaş eğitim teknolojilerinin kullanımı, katma değeri artırılarak marjinal verimliliği yükseltecektir (Çakırer 2002; 219).

E-öğretim daha çok bireysel eğitim için uygun imkanlar sağlamaktadır. Fakat, yöneticilerin yetiştirilmesi için grup öğretim metotları uygun olacaktır. Bu açıdan bakıldığında, bilgisayar destekli eğitim türlerinin özellikleri ile otel yöneticilerinin özellikleri karşılaştırıldığında, en uygun eğitim yönteminin simülasyon diğer adı ile benzetimin olduğunu görülmektedir. Simülasyon, gerçek yaşam kesitinin alınarak bilgisayar ortamında tekrar tekrar deneme ve sonuçlarını yorumlama imkanı tanımaktadır. Simülasyon uzun zaman aralığında gerçek yaşamda izlenebilecek olayların sıkıştırılmış bir zaman aralığında gözlenmesi ve sonucunda uzun zaman zarfında deneyerek elde edilebilecek deneyimlerin kazanılmasına imkan verebilecek bir eğitim yöntemidir.

4. SİMÜLASYON TEKNİĞİNİN TURİZM SEKTÖRÜNDE KULLANILMASI

Yeni kuşaklar bilgisayar oyunları ile büyümektedir ve hali hazırda bilgisayarla etkileşim sayesinde nasıl öğrenebileceklerini öğrenmiş durumdadır. Artık öğrenme anında çok değişik seviyede geri besleme alabildikleri, görsel çıktılar elde ettikleri ve kullanıcı kontrollü ortamlar istemektedirler. Bu nedenler geleneksel sınıflarda sıkılmaktalar ve dersler onlar içinde öğretim elemanı içinde çekilmez olabilmektedir. Bu sorunun çözümü nedir? Bilgisayar oyunları öğrenmenin bir parçası olabilir mi?

Simülasyonlar daha çok teknik alanlarda kullanılmasına rağmen, son yıllarda sosyal alanlara girmiş önemli bir araçtır. En basit tanımıyla; "Simülasyon, teoriksel yada gerçek fiziksel bir sisteme ait neden sonuç ilişkilerinin bir bilgisayar modeline yansıtılmasıyla, değişik koşullar altında gerçek sisteme ait davranışların bilgisayar modelinde izlenmesini sağlayan bir modelleme tekniğidir"(Fidan 2001).

Özellikle, sistemlerin bilgisayar ortamında davranışlarının gözlenmesine imkan veren simülasyon, tahminlerde bulunmak, yeni işletme veya ürünleri denemek, araştırmalar yapmak ve belli sistemlerin davranışlarını öğretmek amaçlı kullanılabilir. Büyük yada küçük bütün istemler o sistemin davranış biçimleri bir bilgisayar modeli içinde tanımlanmak sureti ile simüle

edilebilir. Simülasyonlar kullanıcıya modellenen alanı derinlemesine inceleme, işlemleri deneme ve sistem bileşenlerini anlama imkanı verebilmektedir. Eğitimde ise, simülasyonun interaktif, dinamik ve açık doğası kullanıcıyı çok öğrenme deneyiminin içine sokabilmektedir Bilgisayar simülasyonları, bir sisteminin yönlendirilebilir bir modelini bünyesinde bulunduran yazılım uygulamalarıdır. Sistem gerçek veya teorik yapıda olabilir. Oluşturulan simülasyon yazılımları farklı seviyelerde olabilmektedir. Bilgisayar simülasyonları ise her bilgisayar programlama dili ile yazılabilir.

4.1. Konaklama Ağırlama İşletmeleri ve Simülasyon

Konaklama-ağırlama işletmelerinin sistem yapıları için oluşturulmuş simülasyonları, karar destek amaçlı ve eğitim amaçlı olarak ikiye ayırabiliriz. Bu yüzden çalışmada, konu iki başlık olarak ele alınmaktadır. Starks (1998), simülasyon yönteminin konaklama ağırlama endüstrisinde kullanımına işaret etmekte ve bu endüstri için oluşturulabilecek simülasyon oluşturulmasında, aşağıda verilen aşamaların olması gerektiğini belirtmektedir. Bunalar; kavramsal hazırlık, veri toplama, bilgisayar modeli oluşturma, doğruluğu kanıtlama, geçerleme, analiz etme ve uygulamadır. Fakat, konaklama ağırlama endüstrisinde daha fazla üzerinde durulması gereken unsurlar vardır. Bunların başında, hizmet endüstrisinde, zaman dilimlerinin değişkenlik ve hizmetin sürekli olması gelmektedir. Bu açıdan, burada simülasyon oluşturma daha detaylı olarak verilmemektedir.

4.1.1. Simülasyonun Karar Destek Aracı Olarak Kullanımı

Simülasyon (benzetim) tekniğinin eğitim amaçlı kullanımına bakmadan önce, konaklama ağırlama işletmelerinde özellikle karar destek sistemi olarak kullanımına bakmak daha doğru olacaktır. Özellikle, restoran ve otel işletmelerinin işleyişlerinin test edilmesi ve bu sistem içinde yöneticilerin karar vermelerine yardım etmek amacı ile simülasyonlar kullanılabilmekte ve bu amaçla hazırlanmış simülasyon yazılımlarına giderek daha sık rastlanılmaktadır.

Yapılan araştırma sonucunda, turizm işletmeleri için oluşturulmuş karar destek simülasyonlarının daha çok restoranlar ve otel işletmeleri için olduğu görülmektedir. Bunun nedeni, restoran ve otel işletmelerinin simülasyon tekniğine uygun sistem yapılarına sahip olmaları olarak tahmin edilmektedir. Fakat bunun için bir genelleme yapmak ise yanlış olacaktır. Simülasyon tekniğinin sektöre yönelik kullanım nedeni, yöneticilerin karar verme işlevini yerine getirirken bilgisayarın kullanımının amaçlanmasıdır. Böylece bilgisayarın hızlılık ve doğruluk gibi özelliği yöneticilere yardım etmektedir.

Tablo 1’de görüldüğü gibi, simülasyon tekniği yaygın olarak fast food işletmelerinin performanslarının artırılması için kullanılabilen bir yöntemdir. Fast food işletmeleri yanında özellikle otel işletmeleri için de kullanılabildiği görülmektedir. Bunlardan bir tanesi Monte Carlo simülasyonudur. Bu simülasyon tekniğinin temelinde yüzlerce peş peşe uygulanabilen “What If” analizleri yatmaktadır. Böylece olası durumlar test edilmekte, muhtemel sonuçlar elde edilmekte ve elde edilen en uygun durum gerçek işletmede uygulanmaktadır.

Tablo 1: Turizm İşletmelerine Dönük Geliştirilmiş Simülasyon Örnekleri

- Kharwat (1991), yaptığı çalışmada, bilgisayar simülasyonun Pizza Hut fast food işletmesindeki rolünü açıklamaya çalışmakta ve bir simülasyon modeli önermektedir. Özellikle, simülasyon tekniğinin fast food işletmelerinde kullanım gerekliliği ortaya koymaya çalışırken, Pizza Hut restoran işletmesini servis ve ürün yönü ile incelemeye çalışmaktadır. Çalışmasında, FOTRAN dilini kullanarak geliştirdiği modeli uygulamaya çalışmıştır.
- Jayness ve Hoffman (1994), hızlı hizmet veren (Fast Food) restoranların park yerleri ile ilgili bir simülasyon geliştirmişlerdir. Bu simülasyon modülü, restoran dizayn edicilere restoran etrafında en uygun park yer ve miktarının tespit edilmesinde yardım etmektedir.
- Farahmand ve Martinez (1996), fast food restoranın lobi kısmı için bir simülasyon modeli geliştirmişlerdir. Geliştirilen bu simülasyon, Witness ortamında animasyon tekniğini içermekte ve discrete (süreklilik arz etmeyen) simülasyon türündendir. Simülasyon, gerçek işletmenin bir paralel simülasyonu niteliğindedir, İşletmenin etkinlik ve en uygun çalışma performansını elde etmek için, gerçek zamanlı veya tahmini verileri kullanarak işletmeyi simüle etmektedir.
- Whyte ve Starks (1996), Pepsico Restaurants International (PRI) için ACE isminde bir simülasyon geliştirmişlerdir. Simülasyon, yöneticinin hızlı ve doğru biçimde restorani analiz etme imkanı vermektedir. Özelliği, restoran yöneticisinin restorani müşteriyle temas noktasında değerlendirme imkanını vermesidir. Bu simülasyon Arena simülasyon yazılımını ve ara yüz olarak ta Lotus 123’ü kullanmaktadır.
- Field, McKnew ve Kiessler (1997), bir restoranda sorun olan yerleri tespit etmek ve bu sorunlardan kurtulmak için, Monte Carlo simülasyon yöntemini içeren bilgisayarlı simülasyon tekniğini kullanmışlardır. Simülasyon tekniği ile restoranların sorunlarının çözülebilmesi için, öncelikli olarak bir model geliştirmekte ve iki restorandan elde ettikleri sonuçları karşılaştırmaktadırlar.
- Starks ve Whyte (1998), simülasyon tekniğinin konaklama ağırlama endüstrisinde kullanımı ve özellikle fast food işletmelerinde kullanılabilişliğini ortaya koymaktadırlar. Öncelikli olarak, simülasyon yönteminin herhangi bir sisteme uyarlanması için gerekli olan aşamaları teorik olarak açıklamakta ve daha sonra fast food işletmelerine uyarlanmasında dikkat edilmesi gereken noktaları vermektedirler.
- Diğer bir simülasyon örneği ise, Restaurant Modeling Studio (RMS)’dur. RMS restoran işletmelerinde, servis kapasitesi ve hızı gibi performansı gösteren faktörlerin etkilerini araştırma ve inceleme imkanı vermektedir. RMS’nin ana unsurları, Arena’da oluşturulmuş bir simülasyondur. (Brann. ve Kulick, 2002).
- Atul (1995), Monte Carlo simülasyon tekniği ile en uygun müşteri oda sayısı ve en uygun fiyatı tespit etmeye çalışmıştır. Amaç ideal karma ile otel gelirini maksimize etmektir. Bunun için, Monte Carlo simülasyonun dört aşamada uygulamıştır. Bunlar; modelin geliştirilmesi, belirsizliği tespit etmek, modelin simüle edilmesi ve nihai kararın verilmesidir.

4.2. Turizm Eğitimi ve Simülasyon

Çok tehlikeli olan, çok pahalı olan veya gerçekte öğrenciye deneme imkanı verilemeyen, herhangi bir öğrenme parçasının uygulamasının henüz yapılamaması, herhangi bir kavram veya sistemin teorik olarak anlatılmasının zor olması gibi durumlarda simülasyon eğitim amaçlı kullanılmasında büyük yararlar sağlamaktadır. Simülasyon gerçek ortamda tam olarak oluşturulamayan durumlar, sistemler veya olaylar hakkında öğrencilere, araştırma, deneyim elde etme ve hipotezler oluşturma, sorular çözme imkanı veren bir eğitim aracıdır.

4.2.1. Simülasyon Öğrenmeye Nasıl Yardım Edebilir?

Simülasyon bir sistem veya işlem sürecini modellemektedir. Eğitimciler simülasyonu incelemek istediğimiz herhangi bir sistemin özelliklerini veya önemli yönlerini (parametreler veya girişleri) değiştirdiğimizde ana sistemde yarattığı etkiyi (çıktıları) incelemek için kullanabilirler. Simülasyon bir işlem sürecini anlama için modellendiğinde ve o süreci kısa ve denetimli olarak uygulama imkanı verdiğinde sürecin nasıl işlediğini ve aşamalarını kolaylıkla anlaşılmasına yardım edebilmektedir. Öğrenciler simüle edilen bir ortamı modellenen işlemleri yaparak öğrenebilirler. Örneğin öğrenciler sistemin giriş değişkenlerini değiştirerek sistemin nasıl etkilendiği ve çıktılara nasıl etkisinin olduğunu tekrar tekrar deneyerek öğrenebilmektedirler.

Otel işletmeleri bünyesinde bulundukları bir çok iç ve dış değişkenlerle bir sistemdirler. Otel işletmeleri, sistem yaklaşımına bağlı ele alındıklarında, birer modeldirler. Otel işletme modeli bilgisayar modeli haline getirilerek otel simülasyonları oluşturulabilir. Oluşturulan bilgisayar modelleri yolu ile normal bir işletmede denendiğinde, riskli olan davranış türleri denenebilir ve sonuçları işletmeye uyarlanabilir.

Simülasyon tekniği turizm eğitiminde kullanılabilir. Fawcett (2002)'e göre, grup oyunlarının ve simülasyonların konaklama ağırlama öğrencilerinde kullanımı sonucunda derinlemesine öğrenme, çapraz düşünme ve bütüne yönelik kararlar verme, muhasebe işlemlerinde rahatlık, grup yetenekleri kazanmaya yardım etmektedir. Yine, Fawcett (1996), simülasyon yönetimi özellikle, otel ve restoran yöneticileri üzerinde özellikle sayısal işlemlerin yorumlanmasında ve işletme faaliyetleri ile sayısal sonuçlar arasında bağıntı kurmada büyük yararları olan bir eğitim yönetimi demektedir. Bu yüzden simülasyon yöntemi yöneticilerin sayısal işlemlere karşı korkularının yenilmesinde yardım etmektedir.

Tablo 2: Turizm Eğitimine Dönük Geliştirilmiş Simülasyon Örnekleri

- Dünyaya baktığımızda, otel simülasyonlarına en iyi örnek The Hotel Operation Training Simulation (HOTS) olduğunu görülmektedir. Bunların yanında, konaklama ağırlama işletmeleri için oluşturulmuş, grup oyunları ve simülasyon niteliğinde yazılımlar da vardır. Bunların başında, CRASE, CHASE ve CHESS'dir (Fawcett 2002).
- HOTS, yiyecek-içecek ve konaklama ürünlerine sahip bir otel üzerine kuruludur. Oyunun iki versiyonu vardır. Bunlardan daha geniş olanı Amerika pazarına yönelik olan ve daha küçük olan ise Avrupa pazarına yönelik olmaktadır. Yazılım, takımların rekabetin olduğu bir pazarda bir dizi kararlar almayı içermektedir (Baldıran 2004; 81).
- The Cornell Restaurant Administration Simulation Exercise (CRASE), orta boy lisanslı bir restorana dayalıdır. Oyun, HOTS'da olduğu gibi rekabetin yoğun olduğu bir pazarda önceden belirlenmiş takımların karar vermelerini içermektedir. Etkileşimli bilgisayar oyunu olan CRASE, bir çok restoran yönetim takımına belirli bir zaman içerisinde bir sümüle edilmiş pazarda rekabet etmeye imkan veren bir eğitim programıdır. Oyun 32 çalışma saati içinde sekiz çeyreklik iki yıllık ticari bir zaman aralığını kapsamaktadır. Çalışma zamanı normal eğitim süresi içinde sekiz yarım günlük çalışma aralıklarına yayılabilir veya deneyimli yöneticiler için yoğun bir haftalık kurs haline getirilebilir (Fawcett 1995; 6-12).
- Cornell Otel Yönetim Simülasyonu (Cornell Hotel Administration Simulation Exercise (CHASS)), büyük bir otelde, yönetime dayalı kararlar almaya dayalı bir oyundur (Fawcett 1995; 6-12). Bu oyun, otel işletmelerine yönetici yetiştiren okullarda kullanılmaktadır.
- Hotel Giant ise, doğrudan eğitim amaçlı olarak geliştirilmiş bir yazılım değildir. Hotel Giant bir oyun niteliğindedir. Oyunun doğrudan otel işletmesinin yönetimine yönelik yazılmış olması, oyunu turizm ve otel işletmeciliği eğitimi alan ve sektörde çalışanlar için ilginç bir eğitim aracı haline getirmektedir. Piyasada oyun olarak satılmakta ve stratejik oyunlara ilgisi olanlar tarafından oynanmaktadır.
- Ayrıca, Sheryl F. Kline tarafından hazırlanan ve John Wiley & Sons, Inc. tarafından satışa sunulan, Ön Büro Simülasyonu (Hotel Front Office Simulation), ön büro işlemlerini kolay, yaparak öğrenmeye yönelik hazırlanmış bir kitap ve yazılımdan oluşmaktadır. Kitap ve yazılım öğrencilere ön büro işlemlerini öğrenmek için uygulamaya dayalı bir yaklaşım sunmaktadır (Kline ve Sullivan 2003).

Otel yöneticilerinin en önemli becerileri karar vermedir. Otel simülasyonları otel yöneticilerin karar verme yeteneklerinin geliştirilmesinde kullanılabilir. Simülasyonlar, gerçek yaşamda çok uzun zamanda sonuçlarının görülebilecek olayların kısa zamanda denerek sonuçlarının görülmesine imkan vermektedirler. Oluşturulacak otel simülasyonunda, öğrenciler simüle edilmiş otel işletmesinin belli değişkenlerini değiştirerek sistem içinde diğer değişkenlerini ve sonucu nasıl etki ettiklerini anlayabilirler. Böylece, sistemin davranışları ve sisteme dışardan yapılan müdahalelere ne gibi tepkiler verildiği görülebilir. Otel yöneticilerin uzun zaman zarfında elde ettikleri deneyimlerin bir kısmı otel simülasyonu sayesinde kısa zamanda daha ucuza elde edilebilir.

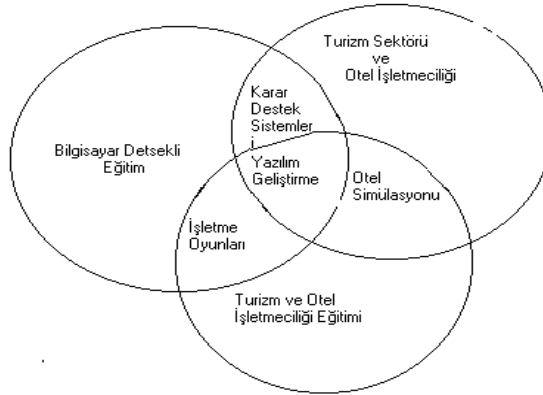
Otel simülasyonları, yanlış karar vermenin maliyetinin olmadığı ve yanlış karar vermenin de öğrettiği yazılımlardır. Bu tür yazılımlar otel işletmelerinin sistem yapılarının bilgisayar modeline dönüştürülmüş halleridir. Böylece öğrencilere bilgisayarın sağladığı, çekicilik, işlemlerde hızlilik, veri işleme

olanaklarından yararlandırılarak, simülasyon tekniği etkili bir otel işletmeciliği eğitim aracı olarak kullanılabilir.

5. SİMÜLASYON TEKNİĞİNİN BİLGİSAYAR DESTEKLİ TURİZM VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMDE UYGULANABİLİRLİĞİNE DÖNÜK MODEL ÖNERİSİ

Öğrenciler sayısal işlemlerin karmaşık yapısının yer aldığı alanlarda çoğu zaman eğitime karşı daha az ilgi duymakta ve eğitim ezberden öte gidememektedir. Oysaki, bilgisayar ortamına turizm ve otel işletmeciliğinin taşınması ile hem öğrenciler sayısal işlemlerin korkunçluğundan kurtulmuş hem de sonuçları anında test ederek görme ve hızlı raporlama gibi bilgisayarın önemli avantajlarından yararlanma imkanına sahip olacaklardır. Bunun yanında, yönetimde karar verme işleminin önemini kavrayacaklar ve doğrudan hedeflenmemesine rağmen belki de hiç anlamadan bilgisayar teknolojisini daha iyi kavrayacak ve bilişsel yeteneklerini geliştireceklerdir.

Şekil 1: Bilgisayarlı Turizm Eğitimi ve Simülasyon



Bilgisayar destekli turizm eğitimi geliştirmede dikkate alınması gereken ana unsurlar ve birleri ile olan ilişkileri Şekil 1’de gözükmemektedir. Turizm ve otel işletmeciliği ve turizm ve otel işletmeciliği eğitiminin merkezinde yazılım geliştirme yer almaktadır. Turizm sektörü ile bilgisayar destekli eğitim arasında yer alan karar destek sistemleri, turizm eğitimi ile turizm sektörü arasında yer alan simülasyon bilgisayar destekli eğitim ile turizm eğitimi arasında yer alan işletme oyunudur.

Model turizm ve otel işletmeciliği eğitimi için geliştirilebilecek yazılımların çıkış noktası ve mantığını içermektedir. Her bilim dalı gibi turizmin kendine has özellikleri olması turizm için geliştirilecek eğitim yazılımlarına kendine has özellikler yüklemektedir. Ayrıca turizm eğitiminin çeşitli seviyelerde ve çeşitli amaçlar doğrultusunda olması modelin ana yapısını oluşturmaktadır. Modelin

teorik yapısı yazılım geliştirmede kullanılabilecek Nesneye Dayalı Yazılım Modelleme'ye ve eğitim yapısı Aktif Öğrenme yönetimine, uygulama dayanağı turizm ve otel işletmeciliğine eğitimine ve sistem yapısı ise otel işletmeciliği ve turizm eğitiminin bilgisayar ortamında birleştirmede kullanılan bilgisayar programlama tekniğine dayanmaktadır.

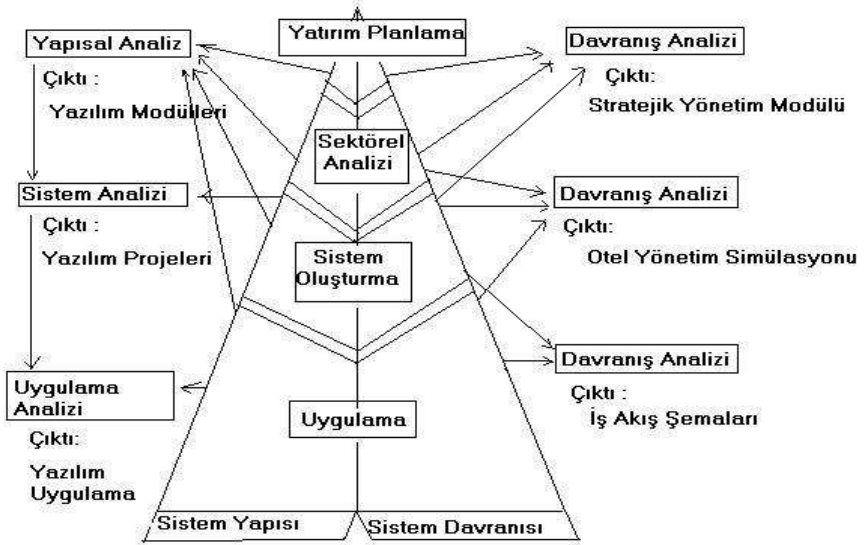
5.2.1. Yazılım Modelleme Tekniğinin Turizm Eğitimine Uygulaması

şekil 2'de Yazılım modelleme tekniğinin turizm eğitimine uygulaması görölmektedir. şekil 3'ün sol tarafı, otel işletmesinin değişik yönlerindeki teknik yapılarının yazılımın teknik unsurlarına katılması gösterilmektedir. Bu süreç daha çok yazılım geliştirmenin teknik yapısını içermekte ve özellikle seçilen yazılım dilinin özelliklerine dayanmaktadır. Burada, programcı otel işletmesinin sistem yapısını bilgisayar yazılım sistem yapısına uyarlamak zorundadır. Süreç karmaşık bir yapıyı içermesine rağmen, otel işletmesi için geliştirilen eğitim modelinin bilgisayar modeline aktarılmasından ibarettir. Bilgisayar modeli geliştirmede, sayısal işlemler (örneğin muhasebe işlemleri) matematiksel modelleme tekniğine daha kolay uyarken, sosyal işlemler (örneğin, bir müşteriye yemeğin servisi) bilgisayar modelleri haline getirmek daha zor olabilmektedir.

Yapısal analiz, eğitim yazılımı geliştirmede çeşitli bilgisayar modüllerinin oluşturulması için kullanılabılırken, sistem analizi ise daha detaylı projelerin geliştirilmesinde kullanılabilmektedir. Uygulama analizlerinde ise geliştirilen yazılımın uygulama süreci ele alınmaktadır. Bu aşamada, yazılım geliştirilmesinde özellikle otelin iç, dış ve uygulama yapılarının planlanan yazılıma uyarlanması gerekmektedir. şekil 2'nün sağ kısmında ise, otel işletmesinin farklı alanlarının farklı eğitim yazılımlarına dönüştürölmesi gösterilmektedir. Burada ana çıkış noktası sistemin nasıl bir davranış gösterdiğidir. Otel işletmesinin içinde bulunduğu sisteminin farklı kademelerde farklı davranış biçimi göstermesi, farklı eğitim yazılımları geliştirmeye imkan vermektedir. Bu yazılımların farklı teknik ve içeriğinin olması ise doğaldır.

Otel işletmesinin yatırım aşamasında sektör içinde davranışını incelemek için, stratejik yönden ele alınması uygun olacaktır. Bu aşamada, otel işletmesinin dış ve iç değişkenlere verdiği tepkinin anlaşılabilmesi ve öğrencilere bu seviyede bilgilerin verilmesi için işletme oyunları çerçevesinde eğitim yazılımları sunulabilir. Bu çalışma sonunda, modellenen yazılım Stratejik Yönetim Modölü'dür. Stratejik Yönetim Modölünde (SYM), turizm sektörünün ve otel işletmesinin hangi davranış biçimleri gösterildiği bir oyun veya bir işletme örneği ile bilgisayar ortamına aktarılabilir. Böylece öğrencilerin işletmenin yatırım yapısı ve özellikleri hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanacaktır.

Şekil 2: Yazılım Modelleme Tekniğinin Bilgisayarlı Turizm Eğitime



Uygulanması : Kaynak (Liu, Ong, 1999;)

Otel işletmesinin davranış biçiminin incelenmesi sonucunda, otelin bir sistem yapısı içerdiği görülmektedir. Bu yüzden, otel işletmeciliği eğitiminde simülasyon kullanılabilir. Bunun için, Otel Yönetimi Eğitim Simülasyon modülü (OYES) geliştirilebilir. OYES’de otelin kontrol edilebilir ve kontrol edilemez değişkenler çerçevesinde verdiği tepkiler bilgisayarlı simülasyon tekniği çerçevesinde gösterilebilir. Burada, otelin iç dinamiklerinin dış dinamikler etkisinde kalarak ne gibi bir çalışma yapısı içerdiği eğitim yazılımına dahil edilebilir. Otel işletmesinin, otel içinde sistem dinamiklerini devam ettirebilmesi için çeşitli görevlerin yerine getirilmesi gereklidir. Bu görevler, uygulama aşamasında ele alınabilir ve otel sistemi içindeki uygulamaları simule edilerek İş Akış Eğitim Modülü (İAEM) gerçekleştirilebilir.

5.2.2. Modelin Öğrenme Yapısı

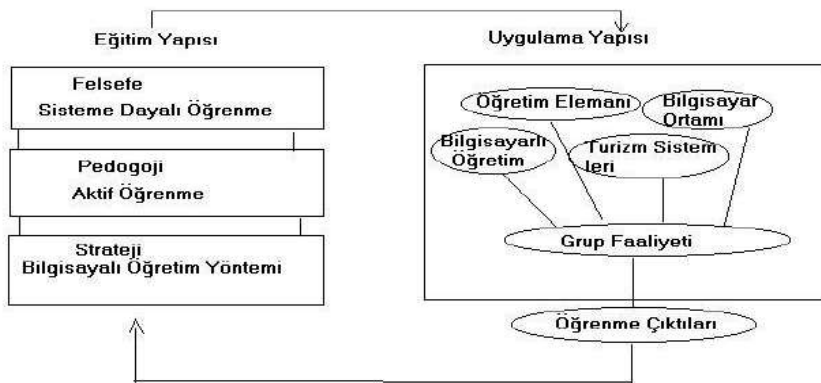
Model oluşturulmadan önce, öğrenme-öğretme yöntemleri incelenmiş, bu yöntemlerin turizm eğitimi ve turizm işletmelerine uygulanabilirliği araştırılmış ve daha sonra turizm eğitimi için önerilebilecek bilgisayar destekli eğitim yöntemlerinden en uygun olanlar seçilmeye çalışılmıştır. Model oluşturulurken öğrenme ve öğretme teorileri, bilgisayar destekli eğitim yöntemleri, model oluşturma yöntemi, simülasyon yöntemi, genel yönetim teknikleri, turizm endüstrisinin özellik ve beklentileri, turizm işletmeciliği yönetim teknikleri, daha önce incelenen yazılım örnekleri ve problem çözme temelli öğrenme yöntemin

dikkate alınmıştır. Öğrenme teorilerinin incelenmesi sonucunda, bilişsel (cognitive) öğrenmenin önemli avantajlar yarattığı ortaya çıkmıştır. Model oluşturulurken öğrenme tekniklerinden olan aktif öğrenme tekniği yazılımın ana öğretim metodudur.

Bilgisayar destekli turizm ve otel işletmeciliği eğitim modeli uygulama alanı, yüksek öğrenim de yer alan turizm ve otel işletmeciliği eğitimidir. Bu nedenle, mevcut yükseköğrenim eğitim yapısı ana çıkış noktasıdır. Modeli tasarlarlarken, yüksek öğrenimde yer alan üç eğitim seviyesi, ve bu eğitim seviyelerinde ki turizm ve otel işletmeciliğinin ana hedefleri temel alınmıştır. Bunlar; ön lisan seviyesinde, otel işletmelerinin her bir departmanı yönetimi, yani orta kademe yöneticiliği, lisans seviyesinde, otel yöneticiliği yani üst kademe yöneticiliği ve yüksek lisans seviyesinde ise planlama ve akademik seviyede elemanlar yetiştirilmesidir.

Şekil 3’de bilgisayarlı turizm ve otel işletmeciliği eğitiminin, eğitim ve uygulama yapısı gösterilmektedir. Modelin eğitim yapısında, eğitim felsefesi olarak sisteme dayalı eğitim ele alınmaktadır. Burada ana unsur sistem yaklaşımının bilgisayarlı eğitime uyarlanmasıdır. Bunun nedeni ise, bilgisayarın interaktif bir yapıda olması ve öğrenmenin öğrenci bilgisayar etkileşiminden kaynaklanmasındadır. Öğrenme stratejileri ise bilgisayarlı eğitim stratejilerini içermektedir. Öğrenme stratejileri seçilen bilgisayarlı öğrenme tekniklerine göre değişkenlik göstermektedir. Bu nedenle eğitim-öğretim stratejileri seçilen modüle göre belirlenecektir.

Şekil 3:Modelinin Eğitim Yapısı



Şekil 3’de modelin uygulama yapısı gösterilmektedir. Uygulama yapısı, daha çok bilgisayarlı turizm ve otel işletmeciliği eğitiminde taraf olan unsurları

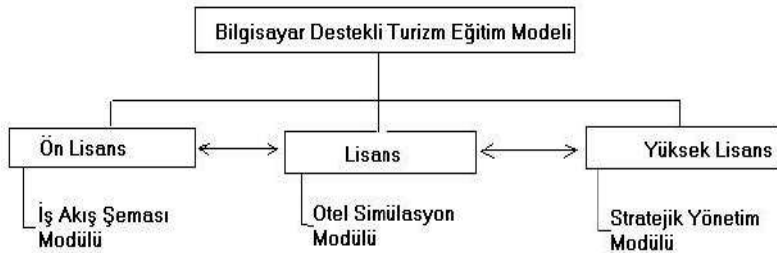
göstermektedir. Burada, öğretim elemanı, bilgisayar, turizm sistemleri (otel), öğrenci grupları geliştirilen yazılım platformunda bir araya gelerek grup faaliyetlerini yerine getirmekteler ve sonuçta öğrenme çıktıları elde edilmektedir. Modelde, verilen modüller yazılım geliştirmeye uygun olması açısından bir bütün yapı içerisinde verilmiştir. Yazılım geliştirme, farklı bir özellik içermektedir. Bilgisayarlı turizm ve otel işletmeciliği yazılımı geliştirilirken, Şekil 2’de verilen model esas alınacak ve geliştirilecek yazılımın ana felsefesini oluşturacaktır.

5.2.3. Modelin Uygulama Yapısı

Daha önceden geliştirilecek yazılım yükseköğrenim bünyesinde yer alan turizm ve otel işletmeciliği olacağı belirtilmişti. Bunun, yanında değişik isimlerde yer alan fakat turizm sektörüne eleman yetiştiren değişik programlarda (örneğin, konaklama işletmeciliği, seyahat işletmeciliği vb) modülü kullanabilme imkanına sahiptir. Modül bütün programı hedeflememekte sadece belli derslerin bilgisayar ortamında verilebilmesini hedeflemektedir. Hangi modülün hangi ders içinde kullanılacağına öğretim elemanı veya bölüm başkanı karar verebilir.

Modelin uygulama yapısı, akademik eğitim özelliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Amaç yüksek öğrenimde kullanılabilmesi olduğundan bütün uygulanabilirlik üniversitelerin ders geçme ve akademik takvim içinde uygulanabilirliğe dayandırılmıştır. Buna göre; yükseköğrenimde uygulanabilmesi için akademik yıl özeliği, ders içinde uygulaması için ders müfredat uygunluğu, ders uygulama için ders plan uygunluğu göz önüne alınarak, öğretim elemanının bilgi ve becerisine ve kullanılacak üniversitesinin müfredat ve akademik eğitim yapısına uyartılabilmek imkanı veren esnek bir yapı oluşturulmaya çalışılmıştır.

Şekil 1 : Bilgisayarlı Turizm Eğitim Modelinin Uygulama Yapısı



Bilgisayarlı Destekli Turizm Eğitim Modeli, üç ana modülden oluşmaktadır. Üniversite seviyesinde, turizm ve otel işletmeciliği eğitimi üç ana seviyede

gerçekleşmektedir. Bunlar; ön lisans, lisans ve yüksek lisansdır. Modelin amacı, yönetim işlevlerinin öğrencilere interaktif bir ortamda verilmesi ve öğrencilerin deneme yapma imkanlarının gerçek ortamda zor olduğu yönetim işlevlerini bilgisayar ortamında deneyerek sonucu görüp kıyaslama yapma, sistemin bütünü hakkında bilgi elde etme ve diğer endüstriyel yapı içinde işletmenin yerini kestirebilme ve kendilerine olan güvenin sağlanmasına yardımcı olmaktır. Model ön lisans, lisans ve yüksek lisans seviyelerinde turizm işletmeciliği eğitimi veren eğitim kurumlarının müfredatlarına uyarlanabilir bir özelliكتedir.

Şekil 5’de model eğitim ve model eğitime uygun yazılım türleri gösterilmektedir. Baldıran (2004) Bilgisayar Destekli Turizm Eğitimi Modeli için üç tip prototip yazılım geliştirmiştir. Bunlar; ön lisans eğitimi için OTELAB (Baldıran 2005), lisans eğitimi için OYES (Baldıran 2005b) ve yüksek lisans eğitimine dönük OSAS isimli prototip yazılım uygulaması geliştirmiştir.

SONUÇ

Teknolojinin gelişimi turizm sektörünü değişime zorlamakta, sektörde iş profilleri değişmekte turizm eğitim teknikleri de teknolojiye uygun yöntemleri kullanmak durumundadır. Bu bağlamda bilgisayar destekli eğitim metotlarından olan simülasyon yöntemi ön plana çıkmaktadır.

Turizm sektöründe simülasyon yöntemi daha çok karar destek sistemlerinin oluşturulmasında kullanılırken, turizm eğitiminde de işletme oyunları, otel yönetim simülasyonları ve görev simülasyonları şeklinde uygulanabilmektedir.

Önerilen modele göre simülasyon yöntemi turizm eğitiminde kullanılabilmesi için turizm sektörü ve turizm eğitiminin özelliklerine bağlı yazılımların geliştirilmesi gerekmektedir. Bu yazılımlar geliştirilirken aktif öğretim yönetimine dayalı olarak üç farklı simülasyon yazılımları geliştirilebilir. Bunlar; ön lisans eğitimi için iş eğitimi için sanal laboratuvarlar, lisans eğitimi için otel yönetim simülasyonları ve yüksek lisans eğitimi için ise işletme oyunları ve stratejik yönetim uygulamalarıdır.

KAYNAKÇA

1. Atul S.(1995) , “Monte Carlo Simulations and Scenario Anayysis- Decision- Making Tools For Hoteleliers”, Cornell Jotel and Restaurant Administration Quarterly, 1995
2. Baldıran, Ş. (2004). “Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitime Yönelik Yazılım Geliştirilmesi ve Bir Model Önerisi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2004
3. Baldıran Ş. (2005), “Meslek Yüksekokulları İçin Bilgisayar Destekli Eğitim Modeli Önerisi”, Süleyman Demirel Üniversitesi Burdur Meslek Yüksekokulu, 3. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sempozyumu, 28-30 Eylül 2005 , Burdur
4. Baldıran Ş. (2005b), “Otel İşletmeciliği Eğitiminde Simülasyon Tekniğinin Kullanılması”, 1. Uluslararası Mesleki ve Teknik Eğitim Teknolojileri Kongresi, 5-6 Eylül 2005 , İstanbul
5. Bastiaens T. J. ve Nijhof W. J.(1997), “Working and Learning with Electoring Performans Support Systems: an effectiveness study”, Training for Quality Volume 5 · Number 1· 1997 · pp. 10–18 © MCB University Press · ISSN 0968-4875
6. Brann D. M. ve Kulick B. C.(2002) , “Simulation of Restaurant Operations Using Restaurant Modeling Studio”, Proceedings of 2002 Winter Simulation Conference, 2002
7. Buhalis D. ve Hilary Main H. (1998), “Information technology in Pripheral Small and Medium Hospitality Enterprises: Strategic Analysis and Critical Factors”, Information Journal of Contemporary Hospitality Management, 10/5 1998,s:198-202
8. Curry B. ve Mountinho L.(1997), “Intelligent Computer Models for Marketing Decisions”, Management Decision Vol:32, No:4, s:34 MCB University Press Limited, 0025-1747, 1997
9. Çakırer M.A. (2002), “Turizm Eğitiminde E-öğrenimin (e-learning) Uygulaması ve Türk Turizminde Sağlayacağı Avantajlar”, Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, 11-13 Aralık 2002/Ankara, T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 2002
- 10.Fawcett S. L. (1995), “The application of a US-originated computer-driven Restaurant management game in the development of European hospitality managers”, Education + Training Volume 37 · Number 4 · 1995 · pp. 6–12 © MCB University Press · ISSN 0040-0912
- 11.Fawcett S. L. (1996), “Fear of Accounts: Improwing Managers’ Competence and Confidence Trough Simulation Exercises”, Journal of Europoan Industrial Training, 20/2 17-24, 1996, MCB University Press

- 12.Fawcett S. L. (2002), "Group Gaming & Simulation In Hospitality Management: A user's Guide",
[Http://www.hlst.ltsn.ac.uk/resources/gaming.htm](http://www.hlst.ltsn.ac.uk/resources/gaming.htm), 08.07.2002
- 13.Fawcett S. L.(2002) , "Resource Guide: Group Gaming and Simulation in Hospitality Management: A User's Guide, LTSN Hospitality, Leisure, Sport & Tourism 2002
- 14.Fidan N. (2001), Simülasyon Nedir?, Otomasyon, Sayı 113, Ekim 2001, <http://www.bilesim.com.tr>
- 15.Field A., McKnew M. ve Kiessler P.(1997) , "A simulation Comparison of Buffet Restaurant", Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 1997
- 16.Gore, J. (1995), "Hotel Managers' Decisions Making: Can Psychology Help? ", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 7 No: 2/3 1995, s:19-23 MCB University Press
- 17.HOTS, "The Service Business Management Simulation", Version 1.4, The Total Simulator, Company Ltd, 1994
- 18.HOTS, "The Simulation For Service Industries", Version 3.0h, The Orange Simulation Company, 1998-2001
- 19.İpek İ. (2001), "Bilgisayarla Öğretim, Tasarım, Geliştirme ve Yöntemler", Tıp ve Teknik, Ankara, 2001, s:34
- 20.Jayness S. L. Ve Hoffman J. (1994) , "Discrete Event Simulation for Quick Service Restaurant Traffic Analysis", Proceedings of the 1994 Winter Simulation Conference, 1994
- 21.Kambiz F. ve Garza M.A.F. (1996), "Simulation and Animation fo The Opeartion of A Fast Food Restaurant", Proceedings of the 1996 Winter Simulation Conference, 1996
- 22.Kharwat A.K. (1991), "Computer Simulation: An Importon Tool In the Fast Food Endustry", Proceedings of the 1991 Winter Simulation Conference, 1991
- 23.Kline S. F. ve Sullivan W. (2003), Hotel Front Office Simulation Workbook with CD-ROM (Purdue Univ., West Lafayette, Indiana); (Widener Univ., Chester), Pennsylvania, <http://www.bookworkz.com/business/hospitality/0471203319.html>, 13.07.2003
- 24.Olalı H. ve Korzay M (1993), "Otel İşletmeciliği", Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul 1993, s:441
- 25.Olsen M. D. ve Connolly D. J. (2000), "Experience-Based Travel, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 2000,s:30

26. Starks D. W. ve Whyte T. C. (1998), "Tutorial : Simulation in The Hospitality Industry", Proceedings of the 1998 Winter Simulation Conference, 1998
27. Whyte T. C. ve Starks D. W. (1996), "ACE: A Decisions Tool For Restaurant Manager", Proceedings of the 1996 Winter Simulation Conference, 1996
28. <http://www.egm.gov.tr>
29. http://www.assets.scotcit.ac.uk/hw_inside/inside/primer/sim1.html

**YAPAY SİNİR AĞLARI, REGRESYON VE ZAMAN
SERİLERİNİN DÖVİZ KURU TAHMİNİNDE
UYGULANMASI: BİR LİTERATÜR TARAMASI**

Cengiz TURGUT¹

Süleyman ŞAHİN²

¹ Doktora Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
İşletme Bölümü, 2032201001@ogrenci.ibu.edu.tr,
orcid.no:0000-0002-2101-6373

²Dr. Öğretim Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
İşletme Bölümü, suleymansahin@ibu.edu.tr,
orcid.no:/0000-0001-9621-430X

1. GİRİŞ

Son yıllarda yaşanan teknik gelişmeler sektör dalı veya işletme büyüklüğü farklılıklarını daha az önemli hale getirecek şekilde doğru bilgiye hızlı ve kolay erişme ihtiyacını artırmıştır. İşletme hangi sektörde faaliyetlerini yürütmekte olursa olsun, rekabet şartlarındaki hızlı değişime bağlı olarak gereksinimlerinin de arttığı ve çeşitlendiği gözlemlenmektedir. Bu ihtiyaçlardan birisi ise döviz kurunun öngörülebilmesidir. Öyle ki, bir sınai işletmesinin ürünleri istenen kalite ve zamanda üretme yeteneğine sahip olduğu kadar, tedarik ve satışlarında oluşan fiyatları kurgulayabilme kabiliyetine sahip olması da işletmenin performansı bakımından elzem faktörlerdendir.

Nicel nitelikteki tahminleme teknikleri şu şekilde sıralanabilir: son dönem talebi yöntemi, ortalamalar yöntemi, üstel düzeltme yöntemi, Box-Jenkins yöntemi, AR yöntemi, hareketli ortalamalar yöntemi, ARİMA yöntemi, regresyon analizi yöntemi, yapay sinir ağları yöntemiyle talep tahmini ve ARMA yöntemi (Akyurt, İ. Z.).

Nicel nitelikteki tahminleme teknikleri temelde şu 3 başlık altında ele alınabilir: simülasyon modeli, nedensel (açıklayıcı) analiz ve zaman serileri analizi. Talebin gelecekte izleyeceği seyrin geçmiş veriler ışığında tahmini zaman serileri analizi yardımıyla yapılmaya çalışılmaktayken, kullanılan tek bağımsız değişken zaman faktörüdür. Bununla birlikte nedensel tahmin yöntemlerinde, talebe etki edebilen muhtelif faktörler analize tabi tutulur. Zaman serisi analizleri, bilimin pek çok ayrı dalında uygulanagelmekte ve uygulamaya getirdiği katkıların değeri her geçen gün artmakta olan bir analiz türüdür. Nedensel tahmin yöntemlerinden biri olan regresyonda ise, bağımlı değişken ile buna etki eden bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon tespit edilerek bağımsız değişkenin gelecekteki durumu hakkında tahmin yürütülebilmektedir (Akyurt, İ. Z.).

En çok derinliği bulunan ve değişkenliği yüksek finansal piyasalardan biri döviz piyasasıdır. Döviz kurları ise en yaygın ekonomik endeksler arasındadır. Döviz kuru tahmini ise gerek teorik gerekse de pratik bakımdan zorluklar içermektedir. Bunun en temel sebebi, döviz kurlarının pek çok ekonomik ve politik faktörden etkilenmesidir. Bu amaca hizmet eden çok sayıda istatistiksel ve ekonometrik model geliştirilmesine karşın, döviz kurlarını tahmin etmekteki güçlük halen devam etmektedir (Oancea, B., Ciucu, S.C., 2014).

Zaman serileri analizi, yapay sinir ağları yöntemi ve regresyonun tanımının yapıldığı bu makalede, bu yöntemlerin kullanılması suretiyle düzenlenmiş ve döviz kuru tahminini konu edinen literatür hakkında bilgi verilmesi amaçlanmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Zaman Serileri Analizi

Zaman serilerinin bir tahmin yöntemi olarak kullanılması Holt, Brown ve Winters tarafından gerçekleştirilen çalışmalara dayanmaktadır. Bu çalışmaların evvelinde iktisadi ve sınai alanlarında çeşitli zaman serileri analizleri kullanılmakla birlikte, bu süreçte analizler istatistikçilerce yeterli ilgiyi görmeyi başaramamıştır. Bu aşamada Holt, Brown ve Winters zaman serileri analizlerinde üstel düzeltme yöntemlerini içeren metotlar üzerinde çalışmışlar ve bunların teorilerini ortaya koymuşlardır. Holt, tek ve çift üstel düzeltme yöntemlerini; Brown, çift üstel düzeltme yöntemini; Winters ise Holt'un geliştirdiği yöntem üzerinden giderek, zaman serilerinde eğilimle birlikte mevsimsel etkileri de dikkate alan bir tahmin yöntemini geliştirmiştir (Meydan, Y.A., 2007).

Zaman serisi, sayısal içerikli olayların zaman damgasıyla bağdaştırıldığı veri kümesidir. İşletmede üretilen ürünlerin belirli dönemler itibarıyla gerçekleşen satış miktarları, yıllık işsizlik oranları, barajda belirli dönemler itibarıyla gerçekleştirilen su seviyesi ölçümleri, sektörel bazda periyodik olarak kayda alınan dış ticaret verileri zaman serisi örneklerindendir.

Söz konusu analiz, birbirini peş peşe takip eden gözlemler neticesinde, bu geçmiş verilerin birbirleri arasında korelasyon içinde olmalarından hareketle anlamlı bir bilgi ortaya çıkarıp, oluşan bu bilgi sayesinde geleceğin tahmin edilmesini ifade etmektedir. Böylelikle genel hatlarıyla verilerin temel nitelikleri ile tesadüfi değişkenlikleri belirlenebilmektedir (Yıldıran, C.U., 2017).

Literatürde zaman serilerini tahmin etmek için model seçiminin birçok performans kriteri bulunmaktadır. Tüm bu kriterlerin tutarlılık/tutarsızlık, aykırı değerlere ve uç değerlere duyarlılık, hesaplama süresi gibi birtakım avantaj ve dezavantajları vardır (Bal, C., Demir, S., Aladağ, C. H., 2016).

Finansal verilerin dinamiklerini doğru bir şekilde anlamak ve modellemek vazgeçilmez pratik öneme sahiptir. Bir finansal zaman serisi modelinin temel amacı, yatırım planlaması, mali riskten korunma, hükümet politikası oluşturma vb. için çok önemli olan güvenilir gelecek tahminleri sağlamaktır. Bu zaman serileri genellikle modelleme ve tahmin işini son derece zorlaştıran, kötü şöhretli gelişigüzel hareketler sergiler. . Araştırma kanıtlarına göre, Rastgele Yürüyüş (RW), finansal verileri tahmin etmek için şimdiye kadarki en iyi doğrusal modeldir. Yapay Sinir Ağı (YSA), doğrusal olmayan kendi kendine uyarlamalı modellemenin benzersiz yeteneğine sahip başka bir umut verici alternatiftir (Adhikari, R., Agrawal, R. K., 2013).

2.2. Regresyon Analizi

Regresyon analizi tekniği, bağımsız değişken/değişkenlerin aldığı değerler karşısında bağımlı değişken değerinin oluşturulan regresyon modeli üzerinden hesaplanması suretiyle tahmini çalışmasıdır (Yıldırım, A., 2019). Diğer bir ifadeyle, bağımlı bir değişken ile en az bir bağımsız/ açıklayıcı değişkenin arasındaki ilişkiyi regresyon denklemi adı verilen bir fonksiyonla açıklama biçimidir. Bu fonksiyon yardımıyla bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi şekillendiren parametrik değerlerin tahmin edilmesi sayesinde, değişkenler nezdinde ortaya çıkarılacak planlarda bu etkenlerin etki güçleri hakkında bir değerlendirme yapma imkânı bulunabilecektir. Şayet kâfi miktarda açıklama kabiliyetine haiz bir regresyon katsayısı elde edilebilirse, yapılan tahminlerin güvenilir olduğu söylenebilir. Regresyonda, oluşturulan fonksiyon geçmiş verilerden istifade etmek suretiyle güncellenerek hata seviyesi zamanla azaltılabilir (Yıldırım, A., 2019).

Regresyon, yalnızca sayıları tahmin etmek için kullanılan veri madenciliği tekniğidir. Regresyon, hedef değer bilindiği verileri kullanır. Bir bağımlı değişken ile iki veya daha fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi tahmin eder (Sharma, D., Handa, R., 2017).

Regresyon, aralarında sebep-sonuç ilişkisi bulunan en az iki değişkenin aralarındaki ilişkiyi inceleyen ve bunu ilişkinin modellemesini oluşturmada kullanılan istatistiksel bir analiz yöntemidir. Bu yöntem yardımıyla bağımsız değişkenlerin alabileceği değerler karşısında bağımlı değişken için oluşacak değer tahminine çalışılır. Ayrıca analizde tek bir bağımsız değişkenden söz ediliyorsa buna “Basit Regresyon Analizi”, iki veya daha fazla bağımsız değişken bulunuyorsa; “Çoklu Regresyon Analizi” şeklinde ifade edilir. Bir diğer ayrım ise fonksiyon tipine göre yapılmakta olup, “Doğrusal Regresyon Analizi” ve “Doğrusal Olmayan Regresyon Analizi” şeklinde tanımlanır (Şahin, S., Bilen, H., 2021).

2.3. Yapay Sinir Ağları

Yapay Sinir Ağları (YSA), biyolojik sinir ağlarından esinlenilmiş bir analiz tekniğidir. Bu bilgi işleme sistemi verilerden öğrenme, bunlarda yararlanarak genellemeler yapabilme, sonsuz değişkenle çalışabilme gibi pek çok avantajlı karakteristik özelliği bünyesinde barındırmaktadır. En basit yapay sinir hücresi (işlem elemanı) “girdiler”, “ağırlıklar”, “birleştirme fonksiyonu”, “aktivasyon fonksiyonu” ile “çıkış” bileşenlerinden meydana gelmektedir (Tas, O., Yaka, E., Ugurlu, U., 2018).

Box-Jenkins, ARMA veya ARIMA gibi zaman serisi tahmini için kullanılan klasik yöntemler, girdiler ve çıktılar arasında doğrusal bir ilişki olduğunu varsayar. Yapay Sinir Ağları, veri serilerinin özellikleri hakkında herhangi bir ön bilgi olmaksızın herhangi bir doğrusal olmayan fonksiyona yaklaşabilme avantajına sahiptir (Oancea, B., Ciucu, S.C., 2014). Sinir ağları, biyolojik evrim sürecini taklit ederek, nispeten mütevazı hesaplama gereksinimleriyle optimal veya yeni optimal çözümler bulmaya çalışır (Galeshchuk, S., 2015).

3. ALAN YAZIN TARAMALARI

“The Nexus Between COVID-19, Temperature and Exchange Rate in Wuhan City: New Findings From Partial and Multiple Wavelet Coherence” (Iqbal, N., Fareed, Z., Shahzad, F., Hea, X., Shahzadd, U., Lina, M., 2020). “Wuhan Şehrinde COVID-19, Sıcaklık ve Döviz Kuru Arasındaki Bağlantı: Kısmi ve Çoklu Dalgacık Tutarlılığından Yeni Bulgular” başlıklı makalenin amacı; hava durumu, Wuhan'daki COVID-19 salgını ve Çin ekonomisi arasındaki bağlantıyı ortaya koymayı amaçlamakta olup, bu değişkenleri temsilen sırasıyla saatlik verilerden hareketle günlük ortalama sıcaklık, Wuhan'da teyit edilmiş günlük COVID-19 vaka sayıları ve Çin ulusal para birimi karşısındaki döviz kuru kullanılmıştır. Dönem olarak 21.01.2020-31.03.2020 tarih aralığı seçilmiş; toplanan verilerin analizinde Dalgacık Dönüşümü Tutarlılığı (WTC), Kısmi Dalgacık Tutarlılığı (PWC) ve Çoklu Dalgacık Tutarlılığı (MWC) metodolojisi kullanılmıştır. Sonuçlar, farklı zaman-frekans kombinasyonlarında seriler arasında önemli bir tutarlılık olduğunu ortaya koymuştur. RMB döviz kuru ve COVID-19, Wuhan'daki COVID-19 salgınının Çin ihracat ekonomisi üzerinde olumsuz ancak sınırlı bir etkisi olduğunu öne süren belirli zaman-frekans noktalarında bir çıkış fazı tutarlılığı göstermiştir.

“Reel Effective Exchange Rate Volatilities Impact On Tourism Sector In Turkey: An Empirical Analysis Of 2003-2014” (Dincer, M.Z., Dincer, F.İ., Ustaoglu, M., 2014). “Reel Efektif Döviz Kuru Oynaklıklarının Türkiye Turizm Sektörüne Etkisi: 2003-2014 Yılı Ampirik Bir Analizi” başlıklı makalenin amacı; Türkiye ekonomisinde 2003-2014 yılları arasındaki makro performansın dinamiklerini analiz etmek ve turizm sektöründeki gelişmelerin yanı sıra para politikalarına yansımaları ve reel efektif döviz kuru (REER) oynaklığını ampirik olarak incelemek; ayrıca, 2002-2014 döneminde turizm sektörü gelirleri ile REER arasındaki ilişkiyi ampirik olarak test etmektir. REER ile turizm sektöründeki yabancı turist gelir düzeyi, harcama miktarı ve sayısı arasındaki ilişki zaman serisi verileri kullanılarak regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. REER serisinin tek değişkenli zaman serileri ve turizm sektörü gelirleri açısından istikrar analizleri yapılmak üzere Dickey ve Fuller (ADF) birim kök testi

kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre REER ile turizm gelirleri arasında uzun dönemli bir ilişki saptanmamış ve granger nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. REER oynaklığı dış ticarete duyarlı sektörler için oldukça önemli bir değişken olmasına rağmen; turizm gelirleri açısından sadece değerlendirmeye dahil edilebilecek önemde bir değişkendir.

“Reel Döviz Kuru İstihdam İlişkisi: Türkiye İmalat Sanayii Örneği” (Balaylar, N.A., 2011) başlıklı makalenin amacı; Türkiye’de reel döviz kurlarında ortaya çıkan gelişmelerin imalat sanayiinde istihdama etkilerinin analiz edilmesidir. Çalışma neticesinde imalat yapan firmaların finans ihtiyaçları için çoğunlukla döviz olarak borçlandıklarından dolayı imalat sanayiinin ithalata olan bağımlılığında artış tespit etmiştir.

“Türkiye Ekonomisinde İthalata Bağımlılıktaki Değişme: Girdi-Çıktı Yaklaşımıyla Bir Uygulama” (Ersungur, Ş. M., Ekinci, D., Takım, A., 2011) başlıklı makalenin amacı; girdi-çıktı analiziyle, Türkiye’de sektörlerin ithalata bağımlılık derecesinin ölçülmesidir. Çalışma neticesinde düşük döviz kuru politikalarının ihracatı arttırmakla beraber, ithalata bağımlılığı ile imalat sanayisinde kapasite kullanım oranının artmasına yol açtığı belirlenmiştir.

“Stratejik Sektörlerin Dış Ticareti ile Reel Etketif Döviz Kuru Hareketleri ve Belirsizliği Arasındaki İlişki” (Kılıç, E., 2014) başlıklı makalede, döviz kuru ve döviz kuru belirsizliklerinin stratejik sektörlerin ihracatına etkisi sabit etkiler ve rassal etkiler modelleriyle tahmin edilmiştir. Ayrıca, Levin, Lin ve Chu tarafından 2002 yılında geliştirilen panel birim kök testi (LLC testi) ile panel birim kök sınavının yapılması sırasında “ADF regresyonunun uygulanması ve ortogonalleştirilmiş artıkların üretilmesi”, “uzun dönem standart sapmaların kısa dönem standart sapmalara oranının hesaplanması” ve “panel test istatistiklerinin hesaplanması” aşamalarından oluşan test süreçleri takip edilmiştir. Çalışmaya göre, döviz kuru volatilitésinin imalat sanayinde anlamlı ve negatif bir etki ortaya çıkarmaktadır.

“Döviz Kuru Tahmininde Yapay Sinir Ağları ve Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Performans Karşılaştırması” (Tekin, B. F., 2019) başlıklı tezde, döviz kurunun tahmininde kullanılan yapay sinir ağları ile çoklu doğrusal regresyonun tanımı yapılarak, bunların isabet kabiliyetleri ampirik çalışmalarla ortaya konulmuş ve mukayesesi sağlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, yapay sinir ağları, sahip olduğu nitelikleri sayesinde, örneğin kendiliğinden öğrenebilmesi yapabilmesi, genelleme yapabilmesi, verilerin ilişkili olma şartının nispeten daha düşük seviyede olmasının yeterli olabilmesi gibi avantaj sağlayan özellikleri sayesinde daha başarılı bir yöntem olduğu belirlenmiştir.

“Döviz Kuru Tahmininde Yapay Sinir Ağlarıyla Alternatif Yaklaşım” (Özkan, F., 2011) başlıklı makalede, yapay sinir ağları yoluyla döviz kurlarının tahmin edilmesinde alternatif çözüm yöntemleri aranmıştır. Bu kapsamda kur tahmininde kullanılan zaman serisi modelindeki gecikmeli değerler modeli ile yapısal modellerden olan parasal model ve satın alma gücü paritesi modelinin değişkenleri kullanılmak suretiyle meydana getirilen yapay sinir ağlarının tahmin performansı incelemeye tabi tutulmuştur. Bu sayede Dolar ve Avro kur değerleri tahmininde bulunulmuş ve neticede kur değişkeninin gecikmeli değerlerinden yararlanılarak ortaya konulan yapay sinir ağlarının diğerlerine nispeten daha güçlü bir tahmin kabiliyetini taşıdığı anlaşılmıştır. Öngörü performansında ikinci sırada ise satın alma gücü paritesi değişkenleri kullanılmak suretiyle meydana getirilen yapay sinir ağlarının ve sonuncusunun parasal modelin değişkenleri kullanılmak suretiyle meydana getirilen yapay sinir ağlarının geldiği belirlenmiştir.

“Parametrik Olmayan Regresyon Analizi: Faiz oranı, Enflasyon ve Döviz Kuru Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Örneği” (Mamak Ekinci, E.B., Alhan, A., Ergör, Z.B., 2016) başlıklı makalede, parametrik olmayan regresyon analizinden bahsedilmiş ve faiz oranındaki değişimler, döviz kuru ve tüketici fiyat endeksinde yaşanan değişimlerle ilişkilendirilmiştir. Aylık olarak düzenlenen ve 2010 yılının Ocak ayı ile 2015 yılının Ekim ayı arasını kapsayan mevcut veriler ışığında parametrik olmayan regresyon analizinin parametrik regresyon analizine nazaran daha isabetli olduğu değerlendirilmiştir.

“Döviz Kuru ile Borsa İstanbul 100 ve Sektör Endeksleri Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi” (Benli, Y.K., 2015) başlıklı makalede amaç, Amerikan Dolar kuru ile Borsa İstanbul 100 endeksi ve sektör endekslerinden hisse senetleri, teknoloji, hizmet sektör endeksleri arasında kısa ve uzun vadede oluşan ilişkileri araştırmaktır. 03/01/2005 ilâ 26/12/2013 tarih aralığını kapsayan veri seti Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası’ndan temin edilmiş, döviz kurunda ise günlük ortalama satış kuru dikkate alınmıştır. Bulgulardan, kur ile Borsa İstanbul 100 endeksi ve sektör endeksleri arasında uzun vadede bir korelasyonun bulunmadığı belirlenmiştir. Kısa vadede ise kur ile Borsa İstanbul 100 endeksi, teknoloji sektör endeksi ve hizmet sektör endeksi arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu, ayrıca mali sektör endeksiyle arasında tek yönlü nedensellik ilişkisinin bulunduğu anlaşılmış; buna karşılık sanayi sektör endeksiyle herhangi bir nedensellik ilişkisinin varlığına rastlanamamıştır.

“Causal Relationship between Stock Market Index and Exchange Rate: Evidence from Nigeria” (Zubair, A., 2013) başlıklı makalede, hisse senedi endeksi ile döviz kuru ve para arz seviyesi arasındaki ilişki araştırmıştır.

Çalışmada para arzı olarak M2 esas alınmış ve 2001-2011 döneminin haftalık verileri kullanılmıştır.

“Hisse Senedi Getirilerini Etkileyen Makroekonomik Değişkenler 2002-2012 Türkiye Örneği” (Kaya, V., Çömlekçi, İ., Kara, O., 2013) başlıklı makalede, İMKB 100 endeksi getirisiyle faiz oranı, para arzı, sanayi üretim endeksi ve döviz kuru arasındaki ilişki incelenmiştir. 2002 yılı Ocak ayı ile 2012 yılı Haziran ayı arasındaki dönem esas alınmıştır. Araştırmada çoklu regresyon modeli kullanılmıştır. Elde edilen bulgular çerçevesinde hisse senedi getirisi ile para arzı arasında pozitif, kurla ise negatif yönlü bir ilişkinin olduğu ifade edilmiştir.

“Türkiye’deki Tüketici Güven Endeksi ile Döviz Kuru Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi” (İbicioğlu, M., Kapusuzoğlu, A., Karan, M. B., 2013) başlıklı makalede, kısa ve uzun vadede kur ile tüketici güven endeksi arasındaki ilişkinin varlığı araştırılmıştır. Analizin değişkenleri güven endeksi ile dolar satış kurudur. Veriler 2003 yılının Aralık ayı ile 2011 yılının Aralık ayı arasından aylık bazda elde edilmiştir. Böylelikle veri seti 95 gözlemde meydana gelmiştir. Oluşan veri seti kullanılmıştır. Çalışma neticesinde, her iki değişken arasında kısa ve uzun dönemde anlamlı bir ilişkinin mevcudiyeti ortaya onulmuştur. Böylelikle döviz kurunun geleceğe dair tüketici beklentilerine yön veren unsurlardan olduğu anlaşılmıştır.

“Türkiye’de Ekonomik Faktörlerin Hisse Senedi Fiyatları ile İlişkilerinin Araştırılması” (Aktaş, M., Akdağ, S., 2013) başlıklı çalışmada, Türkiye’de temel ekonomik unsurların pay senetleri fiyatlarıyla ilişkisi araştırılmıştır. Bahse konu ilişki incelenirken, ilişkinin karşılıklı olup olmadığı da ortaya konulmak istenmiştir. Bu sebeple çoklu doğrusal regresyon yöntemi ile Granger Nedensellik testinden yararlanılmıştır. Aylık veriler 2008 ilâ 2012 yılları arasından elde edilmiştir. Bağımlı değişken olarak hisse senedi fiyatları için BIST-100 endeksi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenler ise; mevduat faiz oranları, TÜFE, Dolar ve Avro kurları, işsizlik oranları, sanayi üretim endeksi, ihracat tutarları, kapasite kullanım oranları, altın fiyatları, tüketici güven endeksi ve ham petrol fiyatlarıdır. Çoklu regresyon analiz ile birlikte mevduat faiz oranı, tüketici fiyat endeksi, dolar kuru, kapasite kullanım oranı ve tüketici güven endeksinin BIST-100 endeksi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca Granger nedensellik test sonuçlarından, kapasite kullanım oranının BIST-100 endeksiyle karşılıklı etkileşim içinde olduğu anlaşılmıştır.

“Döviz Kurları ve Hisse Senedi Piyasası Arasındaki Etkileşim: Türkiye Örneği (Aralık 2001-Aralık 2009)” (İşcan, E., 2011) başlıklı çalışmada, Aralık 2001 ilâ Aralık 2009 arasında, Dolar(\$) ve Avro(€) kuru ile hisse senedi piyasası arasındaki ilişki, zaman serilerinden istifade edilerek sorgulanmış ve sonuçlar bu

iki kur için mukayese edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre uzun dönemde değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin varlığı saptanamamıştır. Her bir para biriminde bulguların birbirine denk ortaya çıkması portföy yaklaşımının geçerliliğinin ispatı olarak değerlendirilmiştir.

“Predicting the Direction, Maximum, Minimum and Closing Prices of Daily Bitcoin Exchange Rate Using Machine Learning Techniques” (Mallqui, D.C.A., Fernandes, R.A.S., 2018) başlıklı makalenin amacı, kripto paraların finansal araç olarak kabul edilmesiyle birlikte artan önemi sebebiyle, zaman serilerinden yararlanılarak, Bitcoin döviz kuru için daha isabetli tahminlerin yapılmasına imkân sağlamaktır. Bu kapsamda öncelikli olarak tahminler için en uygun öznitelikleri elde etmek için farklı öznitelik seçim teknikleri değerlendirilmiştir. Akabinde ise, fiyat yönü tahminleri için Yapay Sinir Ağları (YSA), Destek Vektör Makineleri (SVM) ve Ensemble algoritmalarının (Tekrarlayan Sinir Ağları ve k-Means kümeleme yöntemine dayalı) davranışı analiz edilmiştir. Bununla birlikte, Bitcoin'in maksimum, minimum ve kapanış fiyatlarının regresyonu için Yapay Sinir Ağları (Artificial Neural Networks-ANN) ve Destek Vektör Makineleri (Support Vector Machines-SVM) kullanılmıştır. Ayrıca, fiyat yönü tahminlerini iyileştirmeye çalışmak için regresyon sonuçları da girdi olarak kullanılmıştır. Yapılan analizler neticesinde elde edilen bulgular, seçilen özniteliklerin ve en iyi mekanik öğrenim modelinin, aynı süreyi kullanarak fiyat yönü tahminlerinin doğruluğunda asgari %10 seviyesinde bir iyileşme sağlandığını göstermiştir. Maksimum, minimum ve kapanış Bitcoin fiyatlarındaki regresyonlarla ilgili olarak %1 ile %2 arasında Ortalama Mutlak Yüzde Hataları elde edilmiştir. Böylelikle geliştirilen metodolojinin etkin olduğu sonucuna varılmıştır.

“Forecasting and Trading the EUR/USD Exchange Rate with Stochastic Neural Network Combination and Time-Varying Leverage” (Sermpinis, G., Dunis, C., Laws, J., Stasinakis, C., 2012) başlıklı makalenin amacı, Avrupa Merkez Bankası sabitleme serilerini kullanarak Euro/Dolar döviz kurunu tahmin etme ve alım satım işlemlerinde uygulanabilirliğini araştırmaktır. NN tahminlerinde Kalman Filtresi, geleneksel Basit Ortalama, Bayes Ortalaması, Granger–Ramanathan'ın Regresyon Yaklaşımı (GRR) ve En Az Mutlak Büzülme ve Seçim Operatörü (LASSO) ile birleştirilmiştir. Model, 2002–2010 dönemi boyunca tahmin verileri kullanılarak oluşturulmuştur. Sonuçlar, PSN, istatistiksel doğruluk ve ticaret performansı açısından tüm modellerin bireysel performanslarından daha iyi performans göstermiştir.

“Equalizing Seasonal Time Series Using Artificial Neural Networks in Predicting the Euro–Yuan Exchange Rate” (Vochozka, M., Horák, J., Šule, P., 2019) başlıklı makalenin amacı, Euro ve Çin Yuanı örneğinde yapay sinir ağları

aracılığıyla zaman serilerinin eşitlenmesinde mevsimsel dalgalanmaları dikkate almak için bir metodoloji önermektir. Analizde, bahsedilen para birimlerinin 9 yıldan daha uzun dönem başına döviz kuruna ilişkin verileri kullanılmıştır. Toplamda 3303 girdi verisi üzerinde sinir ağları aracılığıyla regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Oluşturulan iki ağ grubu vardır ve bunlardan ikincisi mevsimsel dalgalanmalara odaklanmıştır. Deneyden önce, kategorik değişkenleri hesaplamaya dahil etmek için hiçbir neden olmadığı görülmekle birlikte, elde edilen sonuçlar değerin ölçüldüğü yıl, ay, aydaki gün ve haftadaki gün şeklindeki ek değişkenlerin zaman serilerinin eşitlenmesinde daha yüksek doğruluk ve düzen getirdiğini göstermiştir.

“Time Series Forecasting Using Neural Networks” (Oancea, B., Ciucu, S.C., 2014) başlıklı makalenin amacı, sinir ağlarını kullanarak EUR/RON ve USD/RON döviz kurunu tahmin etme modellerini test etmektir. Bu amaca yönelik olarak, Romanya Ulusal Bankası tarafından sağlanan 03.01.2005'ten 19.02.2013'e kadar günlük döviz kurlarını içeren veri serileri kullanılarak, 2 farklı sinir ağı olarak ileri beslemeli ve tekrarlayan sinir ağları geliştirilmiş ve döviz kuru tahmini için performansları karşılaştırmıştır. İleri beslemeli ağ, klasik geri yayılım yöntemi, esnek geri yayılım ve onun versiyonlarından biri ile çalıştırılırken; tekrarlayan ağ, Genişletilmiş Kalman Filtresine dayalı çok akışlı bir yaklaşım kullanılarak çalıştırılmıştır. Ağlar çalıştırılmadan önce, veriler arasındaki korelasyonu ortadan kaldıran ve veri serilerini normalleştiren veri kümelerine bir ön işleme prosedürü uygulanmıştır. Elde edilen bulgular, tekrarlayan ağın klasik ileri beslemeli ağdan daha iyi performans gösterdiğini ortaya koymaktadır.

“Neural Networks Performance in Exchange Rate Prediction” (Galeshchuk, S., 2015) başlıklı makalenin amacı, sinir ağlarının EUR/USD, GBP/USD ve USD/JPY döviz kurları ile günlük adımlarda tahmin kapasitesini test ederek bunları dış piyasanın teknik analiz yöntemleri olarak kullanmaktır. Döviz piyasası verileri ışığında, sinir ağları açıklanmış ve ampirik olarak incelenmiştir. Deneyler için döviz kurlarının (USD/EUR, JPN/USD, USD/GBP) panel verileri incelenmiş ve sinir ağları ile zaman serisi tahminlerinde kullanılmak üzere optimize edilmiştir. Çalışma sonuçları, Bu sonuçlar, kısa vadeli tahmin yönteminin tahminde iyi bir doğruluk sağladığını ve bir adım ileri için döviz kurunu tahmin etmek için pratik sistemlerde kullanılabileceğini göstermektedir. Ayrıca araştırmada belirli bir tarihteki tahmini döviz kurunu bulmak için tek adım modu ile sinir ağları yöntemlerinin yanı sıra bir dizi tahmin yaklaşımı geliştirildiğinden bahisle, döviz kuru tahminine yönelik gelecek çalışmalarda çok adımlı tahmin modunun kullanılması önerilmektedir.

“Döviz Kuru Tahmininde Parasal Model ve Yapay Sinir Ağları Karşılaştırması” (Özkan, F., 2012) başlıklı çalışmada, tahminlerde etkin bir şekilde kullanılmakta olan “Yapay Sinir Ağları” ile yapısal kur tahmin yöntemlerinden biri olan “Parasal Modelin” Dolar/TL ve AVRO/TL kuru tahminlerindeki performansları mukayese edilmiştir. Oluşturulan modellemelerde veri olarak hem ulusal hem de yabancı ülkelerin milli gelirleri, para arzı, enflasyon ve faiz oranları kullanılmıştır. Amerikan Dolarında 1986-2010, Avroda 1999-2010 dönemleri dikkate alınmıştır. Çalışma neticesinde elde edilen bulgulardan, Yapay Sinir Ağlarının yüksek tahmin gücüne ulaştığı anlaşılmaktadır.

“Forex Exchange Rate Forecasting Using Deep Recurrent Neural Networks” (Dautel, A.J., Härdle, W.K., Lessmann, S., Seow, H., 2020) adlı makale, döviz kuru tahmininde derin öğrenmenin potansiyelini incelemektedir. Çalışmada uzun kısa dönem bellek ağlar ve kapılı tekrarlayan birimler, yönlü tahmin doğruluğu ve ticaret modeli tahminlerinin karlılığı bakımından geleneksel tekrarlayan ağ mimarileri ve ileri beslemeli ağlar sistematik olarak karşılaştırılmıştır. Ampirik sonuçlar, genel olarak döviz kuru tahmini için derin ağların uygunluğunu göstermektedir. Bununla beraber ilgili mimarileri uygulamanın ve ayarlamamanın güçlüğü de ortaya konulmaktadır. Bu kapsamda ticaret karı için geliştirilebilecek daha basit bir sinir ağının, daha karmaşık bir derin sinir ağına nazaran daha başarılı olmasa bile daha yüksek performans gösterebileceği savunulmuştur.

“Forecasting Foreign Exchange Rates With Adaptive Neural Networks Using Radial-Basis Functions and Particle Swarm Optimization” (Sermpinis, G., Theofilatos, K., Karathanasopoulos, A., Georgopoulos, E. F., Dunis, C., 2013) başlıklı makalenin amacı; Glosten, Jagannathan ve Runkle (GJR) volatilité tahminlerine ve bir sinir ağına dayanan zamana göre değişen bir kaldıraç ticareti stratejisi ve finansal tahmin amaçları için sinir ağı uygunluk fonksiyonu olan Parçacık Sürü Optimizasyonu ve Uyarlanabilir Radyal Temel Fonksiyonunun (Adaptive Radial Basis Function - Particle Swarm Optimization (ARBF-PSO)) hibrit bir sinir ağı mimarisini tanıtmaktır. Bu maksatla ARBF-PSO sonuçlarının kontrol testinde kullanıldığı 3 farklı sinir ağı mimarisi mevcuttur: En Yakın Komşular algoritması (k-NN), otoregresif hareketli ortalama modeli (ARMA) ve hareketli ortalama yakınsama/uzaklaşma modeli (MACD). Tüm modellerin alım satım ve istatistiksel performansı, örnek dışı test için son 2 yıl verileri kullanılarak Ocak 1999–Mart 2011 dönemi boyunca EUR/USD, EUR/GBP ve EUR/JPY ECB döviz kuru sabitleme zaman serilerinin bir tahmin simülasyonunda incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, ARBF-PSO mimarisi, üç döviz kuru için istatistiksel doğruluk ve ticaret verimliliği açısından diğer tüm modellerden daha iyi performans göstermektedir.

“Prediction of Foreign Exchange Rate Using Regression Techniques” (Sharma, D., Handa, R., 2017) başlıklı makalede, yazarlar tarafından önerilen teknik göstergeler kullanılarak çıkarılan beş özellik ile INR/USD ve INR/EUR olmak üzere iki döviz kuru verisinin tahmini için Regresyon ve Topluluk Regresyonu teknikleri araştırılmış ve karşılaştırılması sağlanmıştır. Modeller, topluluk öğrenme teknikleri kullanılarak gruplanmıştır. Araştırmada deney için en küçük kare artırma adıyla bir tür artırma kullanılmıştır. Sonuçlar, hem torbalama hem de artırma ile topluluk tekniğinin, N-Günler öncesi tahmin için regresyon tekniğinden daha iyi performans gösterdiğini; ayrıca, her iki topluluk tekniği de MAPE (Ortalama Mutlak Yüzde Hata / Mean Absolute Percentage Error) açısından küçük değişikliklerle daha iyi performans sergilediğini ortaya koymuştur.

“Foreign Currency Exchange Rates Prediction Using CGP and Recurrent Neural Network” (Rehman, M., Khan, G.M., Mahmud, A., 2014) başlıklı makale, forex tahmininin uygulanması için Tekrarlayan Kartezyen Genetik Programlamanın evrimleşmiş Yapay Sinir Ağı (RCGPANN) olarak adlandırılan ve yakın zamanda tanıtılan bir Nöro-evrimsel tekniği araştırmaktadır. Sistemin verimli performansının nedeni, sistemin tahmin için olası en iyi özelliği, ağ mimarisini ve bağlantı modelini seçme ve tekrarlayan bir bağlantı mı yoksa ileri beslemeli bir bağlantı mı kullanacağına karar verme yeteneğidir. Sonuçlar ayrıca, geri besleme yollarının sayısındaki artışla ağ doğruluğunun arttığını ve böylece ağın gelecekteki verileri tahmin etme yeteneklerini geliştirdiğini göstermektedir.

“Forecasting Operation Times by Using Artificial Intelligence” (Wang, S., Tang, Z., Chai, B., 2016) başlıklı makalede, bir ARIMA (otomatik gerilemeli entegre hareketli ortalama modeli) ve üç katmanlı bir yapay sinir ağı ile birleştirilmiş bir tahmin modeli araştırılmaktadır. Veri seti 2010–2013 dönemi verilerinden oluşturulmuş ve sinir ağını eğitmek için dokuz tanımlayıcı kullanılmıştır. Model USD/EURO kuru üzerinde test edilmiştir. Performans ölçüsü, ortalama mutlak hata, ortalama kare hata ve ortalama karekök hata cinsinden nicelenmiştir. Deneysel sonuçlar ve karşılaştırmalar, önerilen yöntemin kar getirileri açısından küresel modelleme tekniklerinden daha iyi performans gösterdiğini göstermektedir. Tahmin gücü, gerçek döviz kuru verilerine tam olarak uyan bir tahminle de açıkça ortaya konulabilmektedir.

“A Comparison of Different Model Selection Criteria for Forecasting EURO/USD Exchange Rates by Feed Forward Neural Network” (Bal, C., Demir, S., Aladağ, C. H., 2016) başlıklı çalışmada, EURO/USD döviz kuru zaman serilerini tahmin etmek için çeşitli İleri Beslemeli Sinir Ağları (Feed Forward Neural Networks/FFNN) modelleri kullanılmış ve veriler için en iyi mimariyi

belirlemek için farklı model seçim kriterleri denenmiştir. Bu amaçla, Ocak 1999'dan Ocak 2016'ya kadar haftalık olarak gözlemlenen EURO/USD zaman serileri FFNN kullanılarak tahmin edilmiştir. Farklı performans kriterlerine göre farklı mimarileri seçmek için MATLAB kullanılarak bir bilgisayar programı kodlanmıştır. Uygulama sonucunda elde edilen bulgular, tahminlerin medyan değerine dayalı model seçim ölçümlerinin diğerlerinden daha düşük değişkenliğe sahip olduğunu, geometrik ortalamaya dayalı ölçümlerin ise daha yüksek değişkenliğe sahip olduğunu göstermektedir. Volatilitesi yüksek olan bu tür veriler için ortancaya dayalı ölçülerin (MdAE, MdAPE, SMdAPE, MdRAE) kullanılması ve cezaya dayalı ölçülerin (AIC, BIC) kullanılmaması önerilmektedir.

“Non-Linear Interactions and Exchange Rate Prediction: Empirical Evidence Using Support Vector Regression” (Yaohao, P., Albuquerque, P. H. M., 2019) başlıklı makalede, 13 açıklayıcı değişkenden oluşan köktenci bir modele dayalı Destek Vektörü Regresyonunu (support vector regression-SVR) kullanılarak 10 döviz çiftinin spot döviz kuru tahmini analiz edilmiştir. Dokuz farklı Çekirdek işlevi tarafından sunulan doğrusal olmayan bağımlılığın farklı yapıları test edilmiş ve tahminler Rastgele Yürüyüş kıyaslamasıyla karşılaştırılmıştır. SVR modellerinin Rastgele Yürüyüş üzerinden açıklayıcı güç kazancı White's Reality Check Testi uygulanarak test edilmiştir. Sonuçlar, SVR modellerinin çoğunluğunun, Rastgele Yürüme'den daha iyi örnek dışı performans elde ettiğini, ancak genel olarak, tahmin üstünlüğünün istatistiksel önemini elde etmede başarısız olduklarını göstermiştir. Ayrıca, ana akım olmayan Çekirdek işlevlerinin makine öğrenimi literatüründe yaygın olarak kullanılanlardan daha iyi performans gösterdiği gözlemlenmiş ve bu bulgunun makine öğrenimi yöntemleri uygulamaları ve tahminciler arasındaki doğrusal olmayan etkileşimleri kullanarak döviz kurlarının tahmin edilebilirliği hakkında yeni bilgiler sağlayabileceği ifade edilmiştir.

“A Combination of Artificial Neural Network and Random Walk Models for Financial Time Series Forecasting” (Adhikari, R., Agrawal, R. K., 2013) başlıklı makalede, hem rastgele yürüyüş (Random Walk/RW) hem de Yapay Sinir Ağı (Artificial Neural Network-ANN) modellerinin güçlü yönlerinden yararlanmaya çalışan bir kombinasyon metodolojisi önerilmektedir. Bu yaklaşımda, bir finansal veri kümesinin doğrusal kısmı öncelikle RW modeli aracılığıyla; kalan doğrusal olmayan artıklar ise bir ileri beslemeli ANN (FANN) ve Elman ANN (EANN) modelleri topluluğu kullanılarak işlenmektedir. Önerilen şemanın tahmin yeteneği, üç popüler hata istatistiği açısından dört gerçek dünya finansal zaman serisi üzerinde incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar, kombinasyon yönteminin dört finansal zaman serisinin tamamı için ayrı ayrı RW, FANN ve EANN

modellerinin her birinden makul ölçüde daha iyi tahmin doğruluğu sağladığını göstermiştir.

“Volatility Risk Premia and Exchange Rate Predictability” (Della Corte, P., Ramadorai, T., Sarno, L., 2016) başlıklı makalenin amacı, geleneksel risk faktörleri kullanılarak anlaşılamayan stratejinin karlılığına ilişkin açıklamalar getirebilmektir. Çalışmada zaman serisi regresyon tahminlerinden de yararlanılarak model geliştirilmek istenmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde, döviz kuru öngörülebilirliğinde oynaklık riski primi kavramının kullanılabileceği önerisinde bulunmaktadır.

“Improving prediction of exchange rates using Differential EMD” (Premanode, B., Toumazou, C., 2013) başlıklı makalede, destek vektör regresyonu (Support Vector Regression/SVR) altında döviz kurlarının tahminini iyileştirmek için yeni bir algoritma olan Diferansiyel Ampirik Mod Ayrıştırması (EMD) önerilmektedir. Doğrusal bir süreç olan zaman serilerinde Otoregresif Hareketli Ortalama (ARMA) modeli, doğrusal olmayan sistemde ise, Genelleştirilmiş Otoregresif Koşullu Değişen Varyans (GARCH) ve Markov Anahtarlama GARCH (MS-GARCH) uygulanmıştır. İstatistiksel öğrenme teorisinde, Destek Vektörü Regresyonu (SVR), doğrusal olmayan ve durağan olmayan zaman serisi değişkenlerini tahmin etmede önemli bir rol oynar. Çalışmanın Diferansiyel EMD ve SVR modelinden oluşan simülasyon sonuçlarından, Diferansiyel EMD algoritmasının gürültüyü yumuşatma ve azaltma yeteneğine sahip olduğu, SVR modeli kullanılarak döviz kurlarının tahminini iyileştirmekte olduğu ve tahminde Diferansiyel EMD ve SVR modelinin, MS-GARCH modelinden daha iyi performans gösterdiği belirlenmiştir.

“Predicting High Frequency Exchange Rates Using Machine Learning” (Palikuca, A., Seidl, T., 2016) başlıklı tez çalışmasında, bir ticaret simülasyonu geliştirmek suretiyle piyasa hareketlerinden döviz kurunun hızlı ve gerçekçi tahmin edilebilmesini amaçlamaktadır. Bu maksatla yüksek frekanslı EUR/USD döviz kuru verileri üzerinde bir Yapay Sinir Ağları ve Destek Vektör Makineleri komitesi uygulanmıştır. Çalışma sonuçları, birden fazla sınıflandırıcıyı bir komitede birleştirmenin, en iyi bireysel komite üyelerine göre daha iyi hassasiyet ürettiğini ve daha önce bildirilen sonuçlardan daha iyi performans gösterdiğini göstermektedir.

“Using Artificial Neural Network and a Statistical Method for the Estimation of Euro/Turkish Lira Exchange Rate” (Tas, O., Yaka, E., Ugurlu, U., 2018) başlıklı makalenin amacı, Avro/TL kur hareketlerinin yapay sinir ağları ve istatistik yöntemleriyle tahmin edilmesidir. Çalışmada uygulanan iki farklı

tahmin yöntemi vardır. Her bir yöntemde 10 yıllık bir dönemde oluşan günlük döviz kur verileri kullanılmıştır. Analizlerde, YSA yöntemiyle elde edilen ortalama mutlak hatalar istatistik yöntemiyle elde edilenlere göre %2 kadar düşük çıkmıştır. Neticede her iki modelin de kur tahmininde başarılı olduğu görülmüştür. Bununla beraber YSA'nın nispeten tahmin kabiliyetinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Türkiye ve Diğer Bazı Gelişmekte Olan Ülkelerdeki Makroekonomik Değişkenler ve Döviz Kuru Arasındaki İlişki” (İşler, D., Özkan, T., 2021) başlıklı makalenin amacı, döviz kurları ile makro düzeyde belirlenen iktisadi değişkenlerin karşılıklı duyarlılıkları ile etkileşim derecelerinin analiz edilmesidir. Veri kümesi Ocak 2003–Aralık 2018 tarihleri aralığında Meksika, Brezilya, Türkiye ve Güney Afrika’da alınmış ve aylık bazda veriler kullanılmıştır. Modelde nominal Amerikan Doları/Avro kuru bağımlı değişken olarak belirlenirken, bağımsız değişken olarak “Bütçe Açığı”, “Cari Açık”, “Dış Ticaret Açığı”, “Faiz Oranı”, “Petrol Fiyatları”, “Sanayi Üretim Endeksi”, “Üretici Fiyat Endeksi” ve “Tüketici Fiyat Endeksi” (seçilmiştir. Analiz tekniği olarak Yapay Sinir Ağları, Granger Nedensellik Analizi ve VAR Vector Autoregression) modeli gibi doğrusal olan ve doğrusal olmayan modeller uygulanmıştır. Analizler neticesinde Amerikan Doları/Avro kurunda anlamlı ve etkili olan değişkenlerin “cari açık”, “dış ticaret açığı”, “tüketici fiyat endeksi”, “üretici fiyat endeksi” ile “petrol fiyatları” olduğu ve YSA’dan elde edilen tahmini değerlerin gerçekleşen değerler ile uyumunun yüksek yakın olduğu belirlenmiştir.

“Yapay Sinir Ağı Kullanımı ile Foreks Tahmini (Destek Vektör Makinesi)” (Sattary, A., Jabarpour, S., 2020) başlıklı makalenin amacı, klasik regresyon yöntemlerinin finansal değişkenleri tahmin etmekteki yetersizlikleri sebebiyle, döviz kuruna ait zaman serileri modeli geliştirmek ve kur tahmininde bulunmaktır. Bu kapsamda sinir ağı yöntemi kullanılmıştır. Amerikan Doları/Avro ve İngiliz Sterlini/ Amerikan Doları kurları Destek Vektör Regresyon (SVR) yöntemiyle modellenmiştir. SVR’de kullanılan Kuadratik polinom çekirdek fonksiyonu ile Gauss çekirdek fonksiyonun performansı zaman serisi tahmininde karşılaştırılmıştır. Analiz neticesinde ikinci dereceden polinom fonksiyonunun regresyon tahmininde daha başarılı bulunmuştur.

“Google Trends ‘Dolar’ Aramaları ile Dolar Kuru Arasındaki İlişkinin Keşfi” (Kocabiyik, İ.T., Teker, T., Aksoy, E., 2020) başlıklı makalenin amacı, Google sorgulamalarının istatistiki verilerini araştırmacıların istifadesine sunan Google Trends’ten 5 yıllık dönemde “Dolar” sözcüğü ile yapılan sorgulama verileri ile Dolar kurunun seyri arasındaki nedensellik ilişkisinin incelenmesidir. Çalışmada VAR (Vector Autoregression) modelinin temeline dayanan “Toda-Yamamoto

nedensellik analizi” yapılarak değişkenler arasındaki ilişki belirlenmiştir. Elde edilen bulgular, Dolar kuru seyrinin, Google arama sayıları üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca Google aramalarının Dolar kuru seyriyle de nedensellik ilişkisini ortaya koymaktadır. Sonuçlara göre, Türkiye’de Amerikan Doları kurunun yakından takip edildiğini ve kur hareketliliğinin söz konusu ilgiyi tetiklediğini, bunun tersinin de geçerli olduğunu göstermektedir.

“Tek Değişkenli Zaman Serileri Tahmini için Öznitelik Tabanlı Hibrit ARIMA-YSA Modeli” (Büyüksahin, Ü.Ç., Ertekin, Ş.,2020) başlıklı makalede, tek değişkenli zaman serilerinde kullanılan geriye dönük verilerin tek başına yeterli olmadığı inancıyla, tahmin gücünü yükseltmek için serinin karakterini yansıtan yapısal öznitelikleri de modele dahil edilmiştir. Bu sayede gerçeğe daha yakın tahminlerde bulunulması amaçlanmaktadır. Özniteliklerin önem puanları “gradyan artırım ağaçları” (GBT) ile belirlenmektedir. Bunlardan en yüksek puanlı olanlar açıklayıcı ilave değişken şeklinde anılmaktadır ve hibrit ARIMA-YSA modeline dahil edilmektedir. Geliştirilen metot dört ayrı veri seti üzerinde test edilerek yaygın metotlara nazaran daha etkin olduğu belirlenmiştir.

“Hisse Getirisi, Faiz Oranı ve Dolar Kuru İlişkisi: BİST’te Bir Uygulama” (Güler, S., Özçalık, M., 2018) başlıklı makalenin amacı, BIST 100 endeksi, T.C.M.B. faiz oranları, dolar endeksi ile Dolar/TL döviz kurundaki ilişkiyi belirlemektir. Veri seti 2016 yılının Aralık ayı ile 2018 yılının Eylül ayı arasındaki dönemden alınarak oluşturulmuştur. Yöntem olarak zaman serisi benimsenmiş; Granger nedensellik testi, Vektör Oto Regresyon analizi ve durağanlık analizleri kullanılmıştır. Analizler neticesinde, belirtilen değişkenlerin birbirinden etkilendikleri belirlenmiştir.

4. SONUÇ

Finansal araçlar ile iletişim ve üretim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle uyumlu olarak ticaretin uluslararasılaşma derecesinde de artış gözlemlenmektedir. Üretim süreçleri küresel bir boyuta taşındığı gibi, geniş coğrafyalar üzerinde farklı pazarlara daha kolay ulaşılmaktadır. Hammadde temininden üretime, ürün veya hizmetin tüketiciye ulaştırılmasından satış sonrası hizmetlere kadar geçen süreçlerin planlanması ve uygulanmasında para birimleri arasındaki paritelerdeki değişimin yakından tahmini ve öngörülebilmesi giderek önemini artırmaktadır. Zira rakipler karşısında rekabet avantajı sağlanabilmesi ve hatta işletmenin sürekliliği, döviz kuru başta olmak üzere pek çok değişkenin gelecekte durumunu doğru öngörmeye ve alınan kararların başarısına bağlıdır. Bu maksatla işletmeler için zaman serisi sistemlerinin kullanımı önem kazanmaktadır. Bu makalenin amacı yapay sinir ağları, regresyon ve zaman

serilerinin tanımını yaparak, bu yöntemlerle yapılmış döviz kuru tahminlerini konu edinen literatür taramasının yapılması ve bunlara ilişkin bilgilere yer verilmesidir. Alan yazın taraması 2010 ilâ 2021 yılları arasında yapılmış çalışmaları ihtiva etmektedir.

İncelenen yerli ve yabancı literatürde çok farklı sektörlerde talep tahmininde bulunmak için regresyon, yapay sinir ağları ve zaman serileri analizlerinin kullanıldığı çok sayıda çalışmaya rastlanılmıştır. Bu çalışmada ise finans sektörüyle ilgilenen her kesim için ayrı önem arz eden döviz kurunun tahmin edilmesinde kullanılan yöntemlerden başlıcalarına yönelik bir şablon oluşturmak istenmiştir. Zira kur seyrindeki dalgalanmalar pek çok sektörü ve ekonomik kararı doğrudan etkileyebilir mahiyettedir. Bu kabiliyet sebebiyle, döviz kurunun gelecekteki seyrine dair doğruya en yakın şekilde önceden tahminlerde bulunulabilmesi şirketlere büyük bir rekabet üstünlüğü getirebilecektir.

Ekonomi içerisinde karar alıcılar için bu denli önemli olan kur tahminine ilişkin olarak regresyon, yapay sinir ağları ve zaman serileri analizleri ile bu analizlerin de içinde yer aldığı türevlerinin kullanılabileceği görülmektedir.

Döviz kurunun tahmin edilmesinde “regresyon, yapay sinir ağları ve zaman serileri analizlerinin” tahmin gücü ve güvenilirliği bakımından tercih edildiği ve yoğun olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir.

KAYNAKLAR

1. Adhikari, R., Agrawal, R. K. (2013). A Combination of Artificial Neural Network and Random Walk Models for Financial Time Series Forecasting. *Neural Computing and Applications*, 24(6), 1441–1449.
2. Aktaş, M., Akdağ, S. (2013). Türkiye’de Ekonomik Faktörlerin Hisse Senedi Fiyatları ile İlişkilerinin Araştırılması. *International Journal Social Science Research*. (2): 50-67.
3. Akyurt, İ. Z., Üretim Sistemleri Planlaması Erişim tarihi: 14 Aralık 2021, https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/20_21_guz/uretim_sistemleri_pl_anlamasi/3/index.html#konu-2
4. Bal, C., Demir, S., Aladağ, C. H. (2016). A Comparison of Different Model Selection Criteria for Forecasting EURO/USD Exchange Rates by Feed Forward Neural Network. *Int'l Journal of Computing, Communications Instrumentation Engg.* 3(2). 271-275.
5. Balaylar, N.A. (2011). Reel Döviz Kuru İstihdam İlişkisi: Türkiye İmalat Sanayii Örneği. *Sosyoekonomi*, 2(1), 137-160.
6. Benli, Y.K. (2015). Döviz Kuru ile Borsa İstanbul 100 ve Sektör Endeksleri Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*. 4(12). 55-72.
7. Büyüksahin, Ü.Ç., Ertekin, Ş. (2020). Tek Değişkenli Zaman Serileri Tahmini için Öznitelik Tabanlı Hibrit ARIMA-YSA Modeli. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University* 35(1). 467-478.
8. Dautel, A.J., Härdle, W.K., Lessmann, S., Seow, H. (2020). Forex Exchange Rate Forecasting Using Deep Recurrent Neural Networks. *Digital Finance*. 69–96.
9. Della Corte, P., Ramadorai, T., Sarno, L. (2016). Volatility Risk Premia and Exchange Rate Predictability. *Journal of Financial Economics*, 120(1), 21–40.
10. Dincer, M.Z., Dincer, F.İ., Ustaoglu, M. (2014). Reel Effective Exchange Rate Volatilities Impact On Tourism Sector In Turkey: An Empirical Analysis Of 2003-2014. *Procedia Economics and Finance*, 23. 1000-1008.
11. Ersungur, Ş. M., Ekinci, D., Takım, A. (2011). Türkiye Ekonomisinde İthalata Bağımlılıktaki Değişme: Girdi-Çıktı Yaklaşımıyla Bir Uygulama. *Atatürk Ü. İİBF Dergisi*.
12. Galeshchuk, S. (2015). Neural Networks Performance in Exchange Rate Prediction. *Neurocomputing*, 172, 446–452.

- 13.Güler, S., Özçalık, M. (2018). Hisse Getirisi, Faiz Oranı ve Dolar Kuru İlişkisi: BİST’te Bir Uygulama. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 16(4). 291-305.
- 14.Iqbal, N., Fareed, Z., Shahzad, F., Hea, X., Shahzadd, U., Lina, M. (2020). The Nexus Between COVID-19, Temperature and Exchange Rate in Wuhan City: New Findings From Partial and Multiple Wavelet Coherence. Science of the Total Environment. 729.
- 15.İbicioğlu, M., Kapusuzoğlu, A., Karan, M. B. (2013). Türkiye’deki Tüketici Güven Endeksi ile Döviz Kuru Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi. İşletme Araştırmaları Dergisi. 5/1:5-16
- 16.İşcan, E. (2011). Döviz Kurları ve Hisse Senedi Piyasası Arasındaki Etkileşim: Türkiye Örneği (Aralık 2001-Aralık 2009). Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. 10(35): 237-251
- 17.İşler, D., Özkan, T. (2021). Türkiye ve Diğer Bazı Gelişmekte Olan Ülkelerdeki Makroekonomik Değişkenler ve Döviz Kuru Arasındaki İlişki. Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(2). 336-358
- 18.Kaya, V., Çömlekçi, İ., Kara, O. (2013). Hisse Senedi Getirilerini Etkileyen Makroekonomik Değişkenler 2002-2012 Türkiye Örneği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. (35): 167-176
- 19.Kılıç, E. (2014). Stratejik Sektörlerin Dış Ticareti ile Reel Efektif Döviz Kuru Hareketleri ve Belirsizliği Arasındaki İlişki. Sakarya İktisat Dergisi, 3(4), 43-66.
- 20.Kocabıyık, İ.T., Teker, T., Aksoy, E. (2020). Google Trends ‘Dolar’ Aramaları ile Dolar Kuru Arasındaki İlişkinin Keşfi. IBAD Sosyal Bilimler Dergisi (6). 258-271.
- 21.Mamak Ekinci, E.B., Alhan, A., Ergör, Z.B. (2016). Parametrik Olmayan Regresyon Analizi: Faiz oranı, Enflasyon ve Döviz Kuru Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Örneği. Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmaları Dergisi. 2(9). 28-37.
- 22.Mallqui, D.C.A., Fernandes, R.A.S. (2018). Predicting the Direction, Maximum, Minimum and Closing Prices of Daily Bitcoin Exchange Rate Using Machine Learning Techniques. Applied Soft Computing Journal.
- 23.Meydan, Y.A. (2007). Talep Tahmin Yöntemleri ve Orta Ölçekli Bir İşletmede Uygulanması, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- 24.Oancea, B., Ciucu, S.C. (2014). Time Series Forecasting Using Neural Networks. Proceedings of the CKS 2013 International Conference.

- 25.Özkan, F. (2011). Döviz Kuru Tahmininde Yapay Sinir Ağlarıyla Alternatif Yaklaşım. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 6(2). 185-200.
- 26.Özkan, F. (2012). Döviz Kuru Tahmininde Parasal Model ve Yapay Sinir Ağları Karşılaştırması. Business and Economics Research Journal. 3(1), 27-39.
- 27.Palikuca, A., Seidl, T. (2016). Predicting High Frequency Exchange Rates Using Machine Learning. Yüksek Lisans Tezi, KTH Royal Institute of Technology in Stockholm.
- 28.Premanode, B., Toumazou, C. (2013). Improving prediction of exchange rates using Differential EMD. Expert Systems with Applications, 40(1), 377–384.
- 29.Rehman, M., Khan, G.M., Mahmud, A. (2014). Foreign Currency Exchange Rates Prediction Using CGP and Recurrent Neural Network, IERI Procedia. 239-244.
- 30.Sattary, A., Jabarpour, S. (2020). Yapay Sinir Ağı Kullanımı ile Foreks Tahmini (Destek Vektör Makinesi). 20. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu. 205-212.
- 31.Sermpinis, G., Dunis, C., Laws, J., Stasinakis, C. (2012). Forecasting and Trading the EUR/USD Exchange Rate With Stochastic Neural Network Combination and Time-Varying Leverage. Decision Support Systems, 54(1), 316–329.
- 32.Sermpinis, G., Theofilatos, K., Karathanasopoulos, A., Georgopoulos, E. F., Dunis, C. (2013). Forecasting Foreign Exchange Rates With Adaptive Neural Networks Using Radial-Basis Functions and Particle Swarm Optimization. European Journal of Operational Research, 225(3), 528–540.
- 33.Sharma, D., Handa, R. (2017). Prediction of Foreign Exchange Rate Using Regression Techniques. Review of Business and Technology Research, 14(1). 29-33.
- 34.Şahin, S., Bilen, H. (2021). Regresyon Analizlerinin Muhasebe Meslek Mensuplarına ve Öğrencilerine Yönelik Çalışmalarda Kullanımı: Bir Alan Yazın Taraması. Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi 6(5). 411-425.
- 35.Tas, O., Yaka, E., Ugurlu, U. (2018). Using Artificial Neural Network and a Statistical Method for the Estimation of Euro/Turkish Lira Exchange Rate. PressAcademia Procedia (PAP), V.7, p.414-417.

36. Tekin, B. F. (2019). Döviz Kuru Tahmininde Yapay Sinir Ağları ve  oklu Doğrusal Regresyon Analizi Performans Karşılaştırması, Yüksek Lisans Tezi. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
37. Vochozka, M., Hor k, J., şule, P. (2019). Equalizing Seasonal Time Series Using Artificial Neural Networks in Predicting the Euro–Yuan Exchange Rate. *Journal of Risk Financial Management*. 12(2).
38. Wang, S., Tang, Z., Chai, B. (2016). Exchange Rate Prediction Model Analysis Based on Improved Artificial Neural Network Algorithm. 2016 International Conference on Communication and Electronics Systems (ICCES).
39. Wang, S., Tang, Z., Chai, B. (2016). Forecasting Operation Times by Using Artificial Intelligence. *International Advanced Researches and Engineering Journal*. 2(2). 109–116.
40. Yaohao, P., Albuquerque, P. H. M. (2019). Non-Linear Interactions and Exchange Rate Prediction: Empirical Evidence Using Support Vector Regression. *Applied Mathematical Finance*, 1–32.
41. Yıldırım, C.U. (2017). İşletmelerde Döviz Kuru Tahmini ve Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
42. Yıldırım, A. (2019). Talep Tahmin Yöntemlerinin Karşılaştırmalı Analizi: Gıda Sektöründe Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
43. Zubair, A. (2013). Causal Relationship between Stock Market Index and Exchange Rate: Evidence from Nigeria. *CBN Journal of Applied Statistics*. 4 (2): 87-110.

ÇOCUK SUÇLULUĞUNU AZALTMADA YEREL YÖNETİMLERİN ROLÜ

Sanem BERKÜN

Doç. Dr. Öğretim Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü,
sanem.berkun@bilecik.edu.tr ORCID ID: orcid.org/0000-0002-9254-1669

GİRİŞ

Çocuklar; geleceği emanet edeceğimiz, fiziksel, bilişsel, psikolojik ve sosyal yönden gelişim süreci devam eden bireylerdir. Bu gelişimin sağlıklı bir şekilde gerçekleşebilmesi, uygun ortam ve koşulların sunulmasını gerektirmekte ve insani, etik ve hukuki açıdan tartışmasız kabul gören bu sorumluluk, aile, toplum ve devlete düşmektedir. Gerek uluslararası, ulusal ve yerel boyutta oluşturulan birçok örgüt gerekse de yürürlükte bulunan pek çok düzenleme çocukların sağlıklı gelişimini temin etmeyi amaçlamaktadır. İçinde bulunduğumuz dönemde çocuk haklarını koruyup geliştirmek, refah düzeyi yüksek ve mutlu toplumların anahtarı olarak görülmektedir.

Çocuk hakları konusunda gelişen farkındalığa karşın, içinde bulunduğumuz dünya çocukların sağlıklı gelişimini tehdit eden pek çok olumsuz koşulu içermektedir. Öncelikle günümüz dünyasında yoksulluk yapısal bir sorun haline gelmiş ve çocuklar bu yoksulluktan etkilenen dezavantajlı gruplar içerisinde ön sıraları işgal etmiştir. Unicef tarafından yayınlanan 2021 Dünya Çocuklarının Durumu raporuna göre 2020 itibarıyla dünyada 365 milyon çocuk aşırı yoksulluk içerisinde yaşamaktadır (Unicef, 2021). Yoksulluğun oldukça karmaşık ve yaygın etkileri bulunmakta ve bu etkiler, ekonomik ve sosyal sistemlerin eksikliğini açığa vurmaktadır (İLO, 2003:1). İnsan hakları temelli bir bakış açısıyla bunlar; yeterli beslenememe, önlenebilir hastalıklara yakalanma, prematüre ölümlerinin önlenememesi, yeterli barınma ve korunma fırsatlarının sunulamaması, temel eğitimden mahrum kalma, toplumdan dışlanma, yaşamını idame edecek geliri elde edememe, toplumsal katılımın kısıtlanması şeklinde sıralanabilir (United Nations, 2004: 36). Tüm bunlar çocukların sağlıklı bireyler olabilmeleri önünde acilen aşılması gereken büyük bir engel niteliğindedir. Covid 19 pandemisi bu engelleri çok daha çözümü zor bir hale getirmiştir. Mart 2022’de Unicef ve Dünya Bankası tarafından yayınlanan “Covid 19’un Çocuklu Ailelerin Refahı Üzerindeki Etkisi” başlıklı rapora göre çocuklu her 4 aileden 1 tanesinde yetişkinler en az bir gün gıdasız kalmaktadır. Bu ailelerde çocukların temel ve hayati olan ihtiyaçları karşılanamamaktadır. TÜİK tarafından yayınlanan İstatistiklerle Çocuk 2021 raporuna göre, 2020 itibarıyla 7 436 000 yoksul çocuk bulunmaktadır (TÜİK, 2021:24). Covid 19 pandemisinin diğer ülkeler gibi Türkiye’de de yoksul çocukları diğer çocuklara göre daha fazla etkilediği düşünülmektedir.

Çocuklara uygulanan şiddet de bu şiddetle mücadele etme amacıyla oluşturulan tüm yasal düzenlemeler ve kurulan çeşitli örgütlere karşın varlığını sürdürmektedir. Çocuğa yönelik şiddet; kasıtlı olarak yapılan, çocuğun gelişimine zarar veren, çocuğun canını acıtan her türlü fiziksel, duygusal, cinsel hareketleri içeren istismar olarak tanımlanabilir(Tezel,

2002: 93). Çocuğa yönelik bu istismar; fiziksel, cinsel, duygusal ve ekonomik istismar şeklinde olabilir (Pelendioğlu ve Bulut, 2009: 50). Dünya Sağlık Örgütü, dünyada 15 yaşının altında olan 40 milyon çocuğun, sağlık hizmeti veya psikolojik destek gerektiren şiddete maruz kaldığını belirtmektedir (Runyan ve Zolotor, 2011: 620). Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu ise dünya genelinde 2 ila 14 yaş arasındaki on çocukta yaklaşık altısının fiziksel cezaya, yedisinin ise psikolojik istismara uğradığını açıklamıştır. Türkiye’de ise 2014 0-8 Yaş Arası Çocuğa Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması bulgularına göre, çocukların %77,8’i duygusal şiddete; %23,6’sı fiziksel şiddete maruz kalmıştır (Yanık ve Ediz, 2022: 94). Yine Türkiye’de 2015- 2017 yılları arasında tirajı yüksek üç büyük ulusal gazete haberlerinden içerik analizinden yararlanılarak yapılan araştırma bulgularına göre çocuğa yönelik şiddete maruz kalan çocukların %73’ü kız, şiddet uygulanan çocukların %8’i ise zihinsel engellidir (Çakmak vd., 2017: 91). Şiddet gören çocuklar içerisinde evini terk ederek, sokakta yaşayanlar çok erken yaşlarda ve güvensiz ortamlarda yaşam mücadelesine girmektedir.

Uluslararası Çalışma Örgütü’ne göre, çocuk işçiliği; çocukların çocukluklarını yaşamalarını engelleyen, potansiyellerini ve saygınlıklarını örseleyen, fiziksel ve zihinsel gelişimlerine zarar veren işlerde istihdam edilmeleridir (İLO Ankara Ofisi). Çok eski çağlardan beri varlığını sürdüren çocuk işçiliği, günümüzde de gelişme düzeyi ne olursa olsun dünyanın her yerinde değişik biçimlerde varlığını hissettirmekte ve çoğunlukla ülkelerin içinde bulunduğu yapısal sorunlardan kaynaklanmaktadır. Erken yaşta çalışmak durumunda kalan çocuklar; eğitimlerine devam edememekte, nitelik ve yeteneklerini geliştirememekte ve dolayısıyla tüm yaşamlarını vasıfsız işlerde çalışarak sürdürmektedirler. Öte yandan çalışan çocuklar her türlü suistimal ve istismara karşı savunmasız kalmaktadırlar (Avşar ve Öğütöğulları, 2012: 9-10). Çünkü çocukların çalıştığı işler arasında zihinsel, fiziksel, toplumsal ve ahlaki açıdan tehlikeli ve zararlı etkileri bulunanlarda mevcuttur. Bununla birlikte dünyada 63 milyon kız ve 97 milyon erkek, çocuk işçi olarak çalışmaktadır. Yani dünyada her on çocukta biri çocuk işçidir. Üstelik bu çocukların 79 milyonu (yaklaşık yarısı) sağlıkları ve gelişimleri için tehlikeli olan işlerde çalışmaktadır. Çocuk işçiliği sırasıyla en fazla Afrika ve Asya-Pasifik bölgelerinde görülmektedir. (İLO Ankara Ofisi). Türkiye’de ise 2019 Çocuk İşgücü Anketi Sonuçları bulgularına göre, 5-17 yaş grubunda çalışan çocuk sayısı 720 bindir. Bu çocukların % 35,9’u aile bütçesine destek olmak için çalışmaktadır. %12,9’u aşırı sıcak/soğuk yada nemli/nemsiz koşullarda çalışmaktadır. %1,3’ü de çalıştıkları ortamda yaralanmış yada sakatlanmıştır (TÜİK, 2019).

Aileler tarafından kurum bakımına bırakılan yada terk edilen çocuklar, hassasiyetle yaklaşılması ve ek politikalarla korunması gereken önemli bir toplumsal gruba oluşturmaktadır. İdeal olan çocuğa aile içerisinde sağlıklı ve mutlu gelişebilmesi için uygun ortamın sağlanması olmakla birlikte, yoksulluk, aile içi sorunlar, ebeveynlerde bedensel ve ruhsal yetersizlikler, annenin, babanın veya her ikisinin de ölümü, ihmal, istismar, ergen evlilikleri ya da evlilik dışı doğum sonucunda çocuğun terk edilmesi gibi pek çok neden çocukların devlet korumasına alınmasını gerektirebilmektedir (Şimşek vd., 2008: 235). Ancak yapılan pek çok araştırma, gelişmiş ülkelerin çocuk koruma sistemlerinde dahi, ağır ve ölümcül istismar vakalarının yaşandığını göstermiştir. Bu nedenle bu ülkelerde çocuk koruma sistemleri gözden geçirilerek çocuk koruma politikaları ve prosedürleri tekrar yapılandırılmıştır (Yaman ve Tuncay, 2020: 1391). Bu kapsamda koruyucu aile yanında bakım özendirilmektedir. Türkiye’de koruyucu aile yanında bakılan çocuk sayısı 2021 TÜİK verilerine göre 8 bin 459 olarak saptanmıştır. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı verilerine göre 2021 yılında Türkiye genelinde kuruluş bakımı altında 13 bin 302 çocuk bulunmaktadır(TÜİK, 2021:151).

Çocuklara fiziksel, bilişsel, psikolojik ve sosyal yönden gelişim ortamlarının sunulamamasına neden olan ve yukarıda önemli birkaçına değinilen pek çok faktör gelecekte onların toplumla uyumlu, toplumsal kuralları gözeten, sağlıklı ve mutlu bireyler olmalarını güçleştirmektedir. Bu durum kimi zaman çocukların erken yaşlarda suç işlemesine neden olabilmektedir. Yaşadığımız çağın karmaşıklığı, toplumsal değer yargılarının sürekli ve hızla değişmesi de çocuk suçluluğunu önemli bir toplumsal sorun haline getirmektedir. Özellikle çocuğun toplumsallaşmasında ailenin rolü her geçen gün azalmakta; akranlar, okul, kitle iletişim araçları ve boş zaman aktivitelerini değerlendirdiği mekânlar ve çocuğun etkileşime girdiği insanlar önem kazanmaktadır. Nüfusun sürekli yoğunlaştığı günümüz kentlerinde tüm bu parametreleri kontrol altında tutabilmek çok daha büyük bir dikkat ve çabayı gerektirmektedir. Türkiye kentleşmenin sanayileşmeden hızlı gerçekleştiği gelişmekte olan bir ülke olduğundan, kentleşme ile ilgili birçok sorunla karşı karşıyadır. Bu durum kent güvenliğinin sağlanmasında da kendisini hissettirmekte, kentlerde suç olgusu önemli bir sorun haline dönüşmektedir. Çocukların suça karışmasını engellemek ise çok daha acil ve hayati bir önem taşımaktadır. Üretilen kamu politikaları, taraf olunan anlaşmalar, oluşturulan örgütler ve yapılan düzenlemeler bu çabanın somut göstergeleri arasındadır. Bu sorunla mücadele de yargı mercileri ve emniyet güçleri yanında, diğer kurum ve kuruluşlara da önemli görevler düşmektedir. Özellikle halka en yakın yönetsel birim olan ve giderek sorumlulukları ve görev alanları artan yerel yönetimlerin

çocuk suçluluğunu azaltmada koruyucu ve önleyici görevleri bulunmaktadır. Bu çalışmada boyutları ve nedenleri ile Türkiye’de çocuk suçluluğu irdelenerek, çocuk suçluluğu ile mücadelede yerel yönetimler boyutunda yapılabilecekler, başarılı örnekler üzerinden değerlendirilmektedir. Çalışmanın nihai amacı çocuk suçluluğu ile mücadele politikalarının başarısında yerel yönetimlerin yüklendiği işlevin önemine dikkat çekmek ve bu başarıyı artırmada yapılabilecekler dair öneriler geliştirilmeye çalışmaktır.

BOYUTLARI VE NEDENLERİ İLE ÇOCUK SUÇLULUĞU

Evrensel bir olgu olan suç, tarihin her döneminde var olmuş ve olmaya da devam edecektir. Bu niteliği ile suç; hukuk, biyoloji, din, psikiyatri ve sosyoloji gibi çeşitli disiplinlerde farklı boyutları ile tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım farklılıklarına rağmen, suçun toplumsal yapı ile ilişkili toplumsal bir sorun olduğu genel kabul görmekte ve yapılan bir çok araştırma suçu önlemeye yönelik tedbirleri belirlemeyi amaçlamakta ve suçun ortaya çıkışındaki ilk belirtilerin çocukluk döneminde ortaya çıktığını göstermektedir. Bu durum, çocuk suçluluğu üzerine ilgiyi daha da artırmaktadır. Çocuk Hakları Sözleşmesine göre daha erken yaşta reşit olma durumu dışında, 18 yaşına kadar her insanın çocuktur. Bu bağlamda kavram olarak çocuk suçluluğu, 18 yaşını doldurmamış kişilerin herhangi bir sebeple suça karışması şeklinde tanımlanmaktadır. İngilizce karşılığı “juvenile delinquency” olan kavramın Türkçe tam karşılığı “reşit olmayanın suçluluğu” şeklindedir (Erkan ve Erdoğan, 2006: 80; Çopur vd., 2015: 121). Bu tanımlama çocukluk ve ergenlik döneminin büyük bir bölümünü kapsayarak, çocuk suçluluğunu yetişkin suçluluğundan ayırmaktadır. Çünkü çocuk suçluluğunun, hukuksal boyutu yanında, sosyal ve psiko-pedagojik boyutları da bulunmaktadır (Bayındır vd., 2007: 97). Bu nedenle literatürde suça sürüklenen çocuk kavramı üzerinde durulmaktadır. 2005 tarihli 5395 sayılı Çocuk Koruma

Suçta sürüklenen çocuk: Kanunlarda suç olarak tanımlanan bir fiili işlediği iddiası ile hakkında soruşturma veya kovuşturma yapılan ya da işlediği fiilden dolayı hakkında güvenlik tedbirine karar verilen çocuk

Kanunu’nda da 3. maddesinde suça sürüklenen çocuk kavramı tercih edilmiştir.

Çocuk suçluluğu konusunda çalışmalar 20. Yüzyıl başlarından itibaren yapılmış ve dünya savaşları ile konuya yönelik ilgi artış göstermiştir. Türkiye’de çocuk suçluluğu konusundaki ilk çalışma ise 1930’lu yıllarda yapılmıştır. Bazı çalışmalarda çeşitli ülkelerle Türkiye arasındaki çocuk suçluluğu oranları karşılaştırılarak, Türkiye’de sayıların daha yüksek seyrettiği ve artış eğilimi gösterdiğine dikkat çekilmiştir (Fişek vd., 2008: 25). Ayrıca dünya genelinde

kentleşmeye paralel olarak çocukların işlediği suç türlerinde de değişiklik olmuştur. Mala yönelik olarak işlenen suçlar artmış, şahsa yönelik olarak işlenen suçlar ise azalmıştır. Cinsel nitelikli suç oranlarında bir değişiklik olmamıştır (Gökpınar, 2007: 209)

Avrupa ülkelerinin çoğunda resmi istatistiki verilere göre İkinci Dünya Savaşı sonrasında on sekiz yaş altı işlenen suçlarda ciddi bir artma eğilimi görülmektedir. Özellikle 1980’li yıllardan sonra şiddet suçları artmıştır(Estrada, 1999: 24-35). Türkiye’de konu ile ilgili resmi istatistiki kayıtlara ilk kez 1997 yılında yayınlanan Güvenlik Birimine Gelen/Getirilen Çocuk İstatistikleri çalışması üzerinden ulaşılmaktadır. TÜİK verilerine göre 2021 yılında güvenlik birimlerine gelen çocukların karıştığı olay sayısı 499 bin 319 olarak belirtilmiş ve 132 bin 943’ü suça sürüklenmiş çocuk saptanmıştır. Bu çocuklardan 67 bin 518’i ise kabahat işlediği iddiasıyla güvenlik birimlerine getirilmiştir. Veriler 2020 yılına göre %10,8 oranında artış göstermiştir (TÜİK, 2021). Çocuk suçluluğu konusunda Türkiye’deki bir diğer resmi veri kaynağını ceza infaz kurumlarına giren çocuk ve genç hükümlü sayılarına ilişkin veriler oluşturmaktadır (Topçuoğlu, 2014: 218). 2021 Ceza İnfaz Kurumu İstatistikleri’ne göre ceza infaz kurumlarına hükümlü statüsünde giriş kaydı olanlardan 12-17 yaş grubunda olup 18 yaşını doldurmamış hükümlülerin sayısı 999’dur (Adalet Bakanlığı, 2021: 2).

Çocuklar gelişim süreci devam eden geleceği emanet bırakacağımız bireylerdir. Onları suça sürükleyen nedenleri tespit etmek, bu nedenleri azaltıp ortadan kaldırmak bakımından önem taşımaktadır. Çocuğu suça sürükleyen nedenlerin bir kısmı çevresel bir kısmı ise bireysel (kalıtsal etkenler, biyolojik etkenler, psikolojik etkenler) kaynaklıdır. Her şeyden önce toplumsallaşma süreci ailede başladığından, çocuğun aile üyeleri ile olan ilişkisi, onun diğer bireylere, nesnelere ve tüm yaşamına olan tutumunu şekillendirmektedir (Özkök, 1996: 6). Uygun aile çevresi ve hayatının yokluğu çocuğu, normal dışı davranışlara ve suça yönlendirebilir. Çünkü çocuğun fiziksel, güvenlik ve sevgi ihtiyaçları eksik kalacaktır. Ebeveynlerle sağlıklı ilişkilerin kurulamaması (çocuğun istenmemesi, ailede suçlu birey olması, ailenin disiplin ve ceza anlayışı...), ailenin ekonomik durumu, ailenin öğrenim düzeyi, ailede alkol/madde kullanan bireylerin olması, ailenin parçalanmış veya tamamlanmamış aile olması ve ailedeki birey sayısı gibi etmenler çocuğun suça sürüklenmesine etki edebilmektedir (Kunt, 2003: 41-51).

Çocuğun eğitim düzeyi ile suça sürüklenmesi arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Birçok araştırma ile de desteklendiği üzere eğitim düzeyi yükseldikçe suç işleme oranı azalmaktadır. Çocuğun aileden sonra toplumsallaşma sürecinin devam ettiği okul bu işlevini herhangi bir sebeple yerine getirmezse, çocuğun gelişimi, çevresine uyumu ve başarısı sekteye

uğrayacaktır. Okul başarısızlığı, disiplin cezası alma, okuldan kaçma veya okulu terk etme gibi davranışlar sergileyen çocukların suça sürüklenme oranlarının daha yüksek olduğu yönünde araştırmalar bulunmaktadır (Bağış, 2019: 209-210).

Çocukları akran ve arkadaş çevresi ile olan etkileşimleri de kimi zaman suça sürükleyebilmektedir. Aile üyeleri ile yeterince ilişki ve etkileşim kuramayan çocukların toplumsallaşmasında arkadaş çevresi ve akranlar çok daha büyük bir rol oynayabilmektedir. Keza ergenlik döneminde de arkadaş çevresi ve akranlar ile iletişim yoğunlaşmaktadır. Çocuğun çevresinde kurallara aykırı davranan ve suç işleyen arkadaşlarının bulunması onları da benzer davranışlara yönlendirebilmektedir. Arkadaş ve akranlarını örnek alan ve kabul görmek isteyen çocuklar, kolaylıkla suça sürüklenebilmektedir (Semiz vd. 2020: 31-32).

Günümüz toplumlarında kitle iletişim araçları, toplumları yönlendirme, kültürü şekillendirme, yayma ve gelecek kuşaklara aktarma noktasında önemli işlevlere sahiptir. Çeşitli faydaları yanında bir takım sakıncalara da bulunan kitle iletişim araçları özellikle teknoloji alanında yaşanan ilerlemeden, derinden etkilenmiş ve yaygınlaşmıştır. Bilhassa çocuk ve gençler eğitim ve kişisel gelişim hizmetleri yanında eğlenmek ve boş zamanlarını geçirmek için yoğun olarak kitle iletişim araçlarını kullanmaktadırlar. Kitle iletişim araçlarında kan, şiddet, saldırganlık ve ahlak bozucu yayınlar, bilgisayar oyunları ve bilgiler de bulunabilmektedir. Bu içerikler çocuk ve gençlerde suça eğilimi tetiklemekte ve çocuk suçluluğunu yaygınlaştırmaktadır (Dilber, 2014: 60-62).

Göç, çocuğun suça yönelmesinde etkili olan faktörler arasındadır. Göç; zorunlu ve gönüllü olmak üzere iki şekilde gerçekleşebilmektedir. Zorunlu göç edenler, geriye dönme beklentisi taşıdıklarından, göç ettikleri yeri benimseme ve bu yerle bütünleşme sorunları yaşayabilmektedirler. Bu durum çocuklar açısından da geçerli olmaktadır. Öte yandan gönüllü yada zorunlu göç edenlerin yaşadığı ekonomik sorunlar ve yoksulluk çocukları erken yaşlarda eğitimlerini bırakarak veya ihmal ederek çalışmak durumunda bırakmaktadır. Çalışma ortamı ve sokaklar çocukların suça yönelmesine neden olabilecek tehlikeleri barındırmaktadır (Erkan ve Erdoğan, 2006: 81-86). Göç edilen yerde yaşanan okula uyum problemleri de çocukları suça sürükleyebilmektedir.

Çocukların suça sürüklenmesinde kentleşme de etkilidir. Köy ve kasabalarda hayat aile ve akrabalar arasında sürmekte, yakın çevre toplumsal kurallara uyum sürecinde bir kontrol mekanizması vazifesi üstlenmekte ve aile üyelerinin yaptığı iş çocukları tarafından devam ettirilmektedir. Kent yaşamı ise tüm bu toplumsal ve ekonomik işleyişi dönüştürmüştür. Kentlerde, bireyler imkânları dâhilinde istedikleri gruplarla bağ kurmuş ve istedikleri şekilde hayatlarını idame ettirmişlerdir. Bu durum aile ve akrabaların toplumsal kontrol işlevini azaltmış ve bireyleri suç işlemekten alıkoyabilecek toplumsal bağlar zayıflamıştır (Çoşar,

2005: 290). Öte yandan kentler; kalabalık, kozmopolit ve farklı sosyo-ekonomik yapıda nüfusu barındıran, birçok sosyal ve kültürel aktiviteyi sunan geniş mekânlar olmaları nedeniyle çocukların gözetilmesi açısından pek çok zorlukla karşılaşabilmesi muhtemel yerlerdir. Dolayısıyla ailenin gözetim eksikliği ve sosyal bağların zayıflaması da çocukları suça sürükleyebilmektedir. Bu risk büyük kentlerde ve kentleşme sorunlarının yaşandığı ülkelerde çok daha yüksektir (Hamarat, 2019: 42-43).

Çocukların suça sürüklenmesine doğrudan yada dolaylı olarak neden olan pek çok faktör bulunmaktadır. Bu durum, çocuk suçluluğu ile mücadele sürecinin de çok boyutlu politikalar üretilerek aşılabileceğini göstermekte ve bu süreçte aile, devlet ve toplumun işbirliğinin önemini ortaya koymaktadır. Kamu yönetimi açısından merkezi yönetim yanında yerel yönetimlere de çocuk suçluluğu ile mücadelede büyük sorumluluk ve görevler düşmektedir. Bu süreçte özellikle halka en yakın yönetsel birim olan ve giderek sorumlulukları ve görev alanları artan yerel yönetimlerin çocuk suçluluğunu azaltmada koruyucu ve önleyici çalışmaları kritik bir önem taşımaktadır.

ÇOCUK SUÇLULUĞUNU KONU ALAN YASAL DÜZENLEMELER VE GELİŞTİRİLEN POLİTİKALAR

Çocuk suçluluğu ile ilgili ülke uygulamaları ve düzenlemeler incelendiğinde uzun yıllar çocukların yetişkinlerle aynı cezalandırma sistemine tabi tutulduğu görülmektedir. 1899 yılında ABD İllinois Eyaletinde ilk çocuk mahkemesi kurulmuş, ilerleyen süreçte İngiltere, Fransa, İtalya, Almanya, SSCB, İspanya gibi ülkelerde de benzer ayrımlara gidilmiştir. Çocukların yetişkinlerden ayrı yasal düzenlemelere tabi olması gerekliliği ise ilk kez İngiltere tarafından anlaşılmış ve İngiltere çocuk hakları konusunda öncü düzenlemelerini hayata geçirmiştir (Şimşek, 2021: 99-100)

İçinde bulunduğumuz döneme kadar uzanan süreç incelendiğinde çocuk suçluluğu ile mücadelede çocukların korunması gerekliliğinden hareket edilmekte ve bu konuda çok sayıda uluslararası ve ulusal yasal düzenleme bulunduğu görülmektedir. Uluslararası boyutta çocukların korunması konusunda önemli düzenlemelerden bazıları şu şekilde sıralanabilir (Aslan, 2008: 83);

- BM Çocuk Hakları Sözleşmesi
- Çocuk Haklarının Kullanılmasına Dair Avrupa Sözleşmesi
- Çocuk Haklarına Dair Sözleşmeye Ek, Çocuk Satışı, Çocuk Fahişeliği ve Çocuk Pornografisi İle İlgili İhtiyari Protokol.
- Çocukların Velayetine ilişkin Kararların Tanınması ve Tenfizi ile Çocukların Velayetinin Yeniden Tesisine İlişkin Avrupa Sözleşmesi

- Uluslararası Çocuk Kaçırmanın Hukuki Veçhelerine Dair Lahey Sözleşmesi
- Çocuklara Karşı Nafaka Yükümlülüklerine Uygulanacak Hukuka Dair Sözleşme.
- Çocuklara Karşı Nafaka Mükellefiyetine Dair Kararların Tanınması ve Tenfizine Dair Sözleşme
- Küçüklerin Korunması Hususunda Makamların Yetkisi ve Uygulanacak Kanuna İlişkin Sözleşme
- Sınır Aşan Örgütlü Suçlarla Mücadele Sözleşmesi'ne Ek, İnsan Kaçakçılığının, Özellikle Kadın ve Çocukların Kaçakçılığının Önlenmesi, Yasaklanması ve Cezalandırılmasına İlişkin Protokol
- Çocuk Haklarına Dair Sözleşmeye Ek, Çocukların Silahlı Çatışmalara Dahil Olmaları Konusundaki İhtiyari Protokol
- Çocuk Adalet Sisteminin Uygulanması Hakkında BM Asgari Standartlar Kuralları
- Özgürlüğünden Yoksun Bırakılan Çocukların Korunması Hakkında BM Kuralları
- Çocuk Suçluluğunun Önlenmesi Hakkında BM Yönlendirici İlkeleri

Ulusal mevzuatta ise Anayasa başta olmak üzere pek çok yasal düzenlemede çocukların koruması ve suça sürüklenmesi önlenmek istenmektedir. Bu düzenlemeler arasında; Çocuk Koruma Kanunu, Türk Medeni Kanunu, Denetimli Serbestlik ve Yardım Merkezleri ile Koruma Kurulları Kanunu, Ceza Muhakemesi Kanunu, Göz Altına Alma Yönetmeliği bulunmaktadır(Aslan, 2008: 93- 94).

Çocuğun suça sürüklenmesini engellemek ve çocuğu korumak amacıyla yasal düzenlemeler yapmak büyük bir öneme sahiptir. Ancak sadece hukuksal boyutta konuya yaklaşmak ve yasal düzenlemelerle sınırlı çalışmalar yürütmek sorunu çözmek adına yetersizdir. Bu nedenle birçok ülke ve Türkiye’de çocuk suçluluğu ile mücadelede hukuki, sosyolojik, ekonomik ve pedagojik pek çok disiplinden beslenen politikalar tercih edilmektedir. Modern çocukluk paradigmasının bir yansıması olarak günümüzde çocuğun yetişkinlerden farklı olduğu kabul edilmiştir. Bu bakış açısı çoğu ülkede suça yönelen ve suç işleyen çocuklara yönelik ayrı bir çocuk adalet sisteminin gelişmesine zemin hazırlamıştır. Çocuğun yararına her koşulda öncelik verilmesi temelinde şekillenen çocuk adalet sistemi; suça itilmiş çocuğun özel durumuna uygun muamele gösterilmesi, çocuğun hukuki yaptırım sürecinden en az zararla çıkması ve iyileşerek topluma yeniden kazandırılması amacını gütmektedir (Dinç, 2020: 64).

İngiltere’de çocukların korunmasını azami düzeyde sağlamak için çok disiplinli bir müdahale süreci uygulanmaktadır. Çocuğa yönelik ihmal ve/veya istismarı azaltmak için yerel yönetimler ve ailenin işbirliği içerisinde bulunacağı planlar oluşturulup, uygulanmaktadır. Bu süreçte çocuğun devlet koruması altına alınması zorlaştırılmıştır. Böylelikle ihmal ve/veya istismar nedeniyle çocuğun suça sürüklenmesini önlemek hedeflenmektedir (Beter, 2010: 70-75). Avustralya’da da çocuğun yüksek yararı ilkesi benimsenerek, risk altındaki çocuğun korunması hedeflenmektedir. Çocuğun kötü muamele, ihmal ve istismara karşı korunması yönünde politikalar şekillenmektedir (Kojan - Lonne, 2012:108). ABD’de çocuk suçluluğu ile mücadele süreci hükümet kurumları, kâr amacı gütmeyen kurumlar ve dini grupların çalışmalarıyla devam etmektedir. Taraflar çocuk suçluluğunun nedenlerini belirleyerek ortadan kaldırmak için çalışmaktadırlar. Ancak bu mücadelenin ortak politikalar üzerinden yürütüldüğünü söylemek mümkün değildir. Bununla birlikte ABD çocuk adalet sistemi kapsamında suça karışan çocuklara yönelik uygulanan iyileştirme programları olumlu neticeler göstermekte ve bu çocukların suçu tekrar karışmaları önlenebilmektedir. Almanya’da ise çocuğu topluma tekrar kazandırmak hedeflenmekte, çocuğun suça karışmasına müdahale, çocuğun risk ortamına dâhil olmasını önleme ve bir sorun durumunda tüm koruyucu/destekleyici mekanizmaları devreye sokma şeklinde kamu politikaları tercih edilmektedir. Politikalar toplum ve sosyal çalışma temelli olarak yürütülmektedir (Berber, 2015: 50-55).

Türkiye’de çocuklara yönelik kamu politikalarını değerlendirmek için öncelikle Osmanlı toplumuna bakmak gerekmektedir. 19. Yüzyıldan itibaren çocuk, devlet politikasına konu edinmiş, savaşlar nedeniyle yetim veya kimsesiz kalan çocuklar için ‘ıslahhane’ ya da diğer adıyla Sanayi Mektebi’ açılmıştır. Darülaceze, Darülhayr-ı Ali, Sanayi Takımları ve Gürbüzler Ordusu, Leylî Eytam İbtidâî Mektebi, Erzurum Ana Mektebi, İş Ocağı, Sıhhiye Mektebi, Sarıkamış Askeri İdadisi ve Sarıkamış Ana Mektebi, Darüleytam ve Himaye-i Etfal Cemiyeti Osmanlı’da devlet eliyle çocukları koruma amacıyla kurulup hizmet veren kurumlardandır. Erken Cumhuriyet döneminde çocukların sayıcı artması ve çocukların fiziksel olarak güçlendirilmesine odaklanılmıştır. 1950-1980 arasındaki dönemde Çocuk Esirgeme Kurumu yanında kimsesiz çocukların bakımı konusunda belediyelere, il özel idarelerine, Sağlık ve Milli Eğitim Bakanlıklarına çeşitli sorumluluklar verilmiştir. 979 yılında Türkiye’de Çocuk Mahkemeleri Yasası çıkarılmış ve ilk çocuk mahkemesi 1987 yılında Ankara’da kurulmuştur (Işıkçı ve Karatepe, 2016: 80-89). Zaman içerisinde çocuklara gösterilen hassasiyet ve konuya gösterilen ilgi de artış göstermiştir.

ÇOCUK SUÇLULUĞU İLE MÜCADELEDE YEREL YÖNETİMLERİN ROLÜ

İçinde bulunduğumuz dönemde nüfusun gitgide artan bir bölümü kentlerde yoğunlaşmaktadır. Bu durum kentlerde sunulan kamu hizmetlerinin de çeşitlenmesini ve çoğalmasına neden olmuştur. Hem kamu yönetimi anlayışında yaşanan dönüşüm hem de halkın kamu yönetimine yönelik talep ve beklentilerindeki artış merkezi yönetim yanında yerel yönetim de sorumluluklarını artırmış ve yetki alanını genişletmiştir. Her ne kadar federal devletlere göre yerel yönetimlerin yetki ve sorumluluk alanları üniter devletlerde daha kısıtlı olsa da özellikle 1980’li yıllar itibari ile birçok üniter devlette de yerel yönetimleri güçlendiren kamu yönetimi reformlarının yapılmakta olduğu bir sürece girilmiştir. Bu süreçte başta büyük kentler olmak üzere kentlerde yaşanan pek çok sorunun çözümünde halk yerel yönetimlere yakınlaşmış, yerel yönetimler çok daha hızlı, etkin, verimli ve kaliteli mal ve hizmetler sunarak merkezi yönetimlerin eksik bıraktığı boşluğu doldurmuştur. Daha önce de ifade edildiği gibi kentleşme ile aile ve akrabaların toplumsal kontrol işlevi azalmış ve bireyleri suç işlemekten alıkoyabilecek toplumsal bağlar zayıflamıştır (Çoşar, 2005: 290). Kalabalık, kozmopolit ve farklı sosyo-ekonomik yapıda nüfusu barındıran, birçok sosyal ve kültürel aktiviteyi sunan kentler; çocukların gözetilmesi açısından da pek çok zorlukla karşılaşabilmesi muhtemel yerlerdir. Diğer bir ifade ile çocuk suçluluğu ile kentleşme arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla kentlerde çocukların suça sürüklenmesini engellemek amacıyla kamu kurumlarının sorumlulukları da artmakta ve zorlaşmaktadır. Halka en yakın yönetsel birim olan yerel yönetimler tam da bu noktada çok önemli bir işlevi gerçekleştirmekte ve merkezi yönetim ve ailelerle girdiği iş birliği ile büyük açılımlar sunmaktadır. Nitekim Çocuk Suçluluğunun Önlenmesine İlişkin Birleşmiş Milletler Yönlendirici İlkeleri, Birleşmiş Milletler Çocuk Ceza Adalet Sisteminin Uygulanması Hakkındaki Asgari Standart Kurallar ve Özgürlüğünden Yoksun Bırakılmış Çocukların Korunmasına İlişkin Birleşmiş Milletler Kuralları gibi pek çok uluslararası düzenlemede yerel yönetimlerin önemine vurgu yapılmıştır. Keza ulusal düzeyde de Türk Ceza Kanunu, Ceza Muhakemesi Kanunu, Çocuk Koruma Kanunu ve Ceza ve Güvenlik Tedbirlerinin İnfazı Hakkında Kanun’da da suça sürüklenen çocukların korunmasında yerel yönetimlerin katılımından söz edilmektedir. Ayrıca Büyükşehir Belediyesi Kanunu’nun 7.,18.,24. maddeleri, 5393 sayılı Belediye Kanunu’nun 13., 14.,15., 38., 60., 69., 75., 76., 77. maddeleri ve 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu’nun da 6., 16., 30., 43., 65., maddeleri yerel yönetimlerin çocuklara ve gençlere yönelik sorumlulukları ve sosyal hizmetler konusunda görevlerine yöneliktir (Ergenç ve Aydın, 2016: 74-76).

2000’li yıllar itibari ile yerel yönetimler mevzuatında yapılan değişikliklerle sosyal hizmetlerin ifa edilmesi konusunda belediyelere ve il özel idarelerine önemli görev ve sorumluluklar verilmiştir. Kent politikaları bağlamında yerel yönetimlerin sosyal hizmet alanında sorumluluğu; çocuklar, gençler, yaşlılar, engelliler, risk grupları, kriz dönemi hizmetleri ve yaygın eğitim organizasyonları şeklinde sekiz grupta toparlanabilir. Bu hizmetler doğrudan ve/veya dolaylı olarak çocuğun suça sürüklenmesi ile mücadele sürecinde katkı sunmaktadır (Mutlu, 2015: 671- 672). Yerel yönetimlerin bu süreçteki başarısı halk ve diğer kurumlarla kurdukları iş birliği ile yakından ilişkilidir. Ayrıca yerel yönetimlerin sosyal politikalara yönelik görev ve sorumluluklarını yerine getirirken karşılaştığı önemli zorluklarda bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; mali kaynak sıkıntısı, nitelikli personel eksikliği, koordinasyon problemleri, yetki ve görevlerde belirsizlikler, hizmetlerle ilgili hedef ve standartların mevcut olmaması, hizmet önceliklerinin farklılaşmasıdır (Söyüt, 2017: 406). Bu zorluklar yerel yönetimlerin sosyal hizmetlere yönelik çalışmalarının başarısını etkilemekte ve sunulan hizmetlerin çeşitliliği ve kalitesini belirlemektedir.

Yerel yönetimler ilgili kanunlar kapsamında suça sürüklenme riski taşıyan çocukların tespit edilmesi ve bu risklerin ortadan kaldırılmasında sorumlu yönetsel birimlerdir. Başka bir ifade ile suçun ortaya çıkmasına neden olan koşulların oluşumunu önlemek öncelikle halka en yakın yönetsel birim olan yerel yönetimlerin görevidir. Bu noktada yerel yönetimler danışmanlık hizmeti, koruma hizmeti, bakım hizmeti ve barınma hizmeti sunmaktadırlar. Suça sürüklenmiş çocukların suçluluğu bir yaşam tarzı haline getirmemesi için de yerel yönetimler önleyici tedbirler almakla görevlendirilmiştir. Konu ile ilgili diğer kamu kurumlarını bilgilendirmek de yerel yönetimlere ait görevlerdendir. Çocukların yaşam şartlarını yakından takip etmek durumunda olan yerel yönetim kurumları, yetersiz bakım ve koruma altında bulunan çocukları tespit ettiğinde ilgili kurumlarla iletişime geçerek, bu çocukların davranışsal, duygusal ve sosyal sorunlarının giderilmesi için gerekli tedbirleri almakla sorumludur. Bu kapsamda çocuk/gençlik koruma merkezleri gibi çocukların sağlıklı gelişimine katkı sağlamaya yönelik kurumsal yapıları oluşturabilir (Ergenç ve Aydın, 2016: 76-77).

Türkiye özelinde konu değerlendirildiğinde 1980’li yıllarla birlikte küreselleşme ve neoliberal politikaların etkisiyle bir taraftan kentleşmenin türü ve seyri diğer taraftansa kentte yaşayan insanların durumu kötüleşmiştir. Büyük kentlerde çok daha net hissedilen çarpık yapılaşma, çevre kirliliği, aşırı kalabalık, alt yapı ve kamusal hizmetlerde yetersizlikler, yoksulluk, işsizlik ve göç Türkiye’de kentleşmenin durumunu ifade etmekte sıklıkla kullanılan nitelendirmelerdendir. Bu gerçeklik aynı zamanda kentte yaşayan dezavantajlı

gruplar arasında en büyük çoğunluğu oluşturan çocukları suça sürükleyen en belirgin ve belirleyici risk unsurlarıdır (Söyüt, 2017: 397). Bu durum yönetsel açıdan da sorunlara yakın planda yaklaşılmasını zorunlu kılmakta ve yerel yönetimlerin üstlendiği görev ve sorumlulukları artırmaktadır. Yerel yönetimler halka en yakın yönetsel birim olmaları nedeniyle sorunların tespiti ve çözümünde çok daha hızlı hareket edebilme avantajına sahiptir. Bu avantaj çocukların suça sürüklenmesi ile mücadele sürecinde de pek kullanılmaktadır.

Ankara Büyükşehir Belediyesi bünyesinde 1993 yılında Ankara Sokaklarında Çalışan Çocuklar Merkezi kurulmuştur. Merkez çalışmalarına günümüzde de devam etmektedir. Merkezin amaçları arasında, sokakta çalışan çocukların aileleri ile ilgili sorunlarını gidermek, okula gitmeyenleri eğitime yönlendirmek ve okula gidiyorlarsa eğitimlerine yardımcı olarak okul ile ilgili sorunlarını çözmek bulunmaktadır. Böylelikle çocukların ihmal ve istismarını önlemek hedeflenmektedir. Temel odak noktası çocuklar olmakla birlikte merkez gerekli durumlarda ailelerine de hizmetler sunmaktadır. Sunulan hizmetler arasında; sağlık hizmetleri, psikolojik-sosyal destek hizmetleri, beslenme hizmetleri, sosyal ve kültürel faaliyetler, eğitim destek hizmetleri ve spor hizmetleri sayılabilir. Ankara Büyükşehir Belediyesi psikolojik danışmanlık hizmetleri kapsamında çocuk ve genç danışmanlığı hizmeti de sunmaktadır. Çocuk hizmetleri arasında çocuk kulüpleri, çocuk etkinlik merkezleri ve çocuk meclisi gibi oluşumlarda faaliyetler sürmektedir. Sosyal yardımlar, aile yaşam merkezleri, çocuk hizmetleri ve gençlik hizmetleri gibi kurumsal oluşumlar üzerinden yürüttüğü çalışmalarıyla belediye doğrudan ve dolaylı olarak çocukların suça sürüklenmesine yönelik riskleri ortadan kaldırmak ve suça sürüklenmiş çocukları da topluma kazandırmak istemektedir (Ankara Büyükşehir Belediyesi).

İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nde çocuklara yönelik tıbbi destek, çocuk ve gençlik danışmanlık hizmeti, eğitsel, sportif ve sanatsal hizmetler verilmektedir. Öncelikli olarak çocukların ihmal ve istismarı konularında koruyucu ve önleyici mesleki çalışmalar yapılmaktadır. Çocukların gelişimini olumsuz etkileyebilecek her türlü riski önlemek amacıyla; araştırma, inceleme, değerlendirme, tarama, eğitim, etkinlik ve bireysel danışmanlık hizmetleri verilmektedir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi).

Türkiye'nin en kalabalık üçüncü büyük kenti olan İzmir Büyükşehir Belediyesi'nde de Çocuk ve Gençlik Faaliyet Merkezi kapsamında çocuk, genç ve ailelerin ihtiyaçlarına yönelik çeşitli hizmetler sunulmaktadır. Psikolojik destek hizmetleri, sanatsal eğitim çalışmaları, kültürel geziler, eğitim destek hizmetleri, tıbbi hizmet ve ayni ve nakdi yardımlar verilmektedir (İzmir Büyükşehir Belediyesi).

Genel olarak değerlendirildiğinde Türkiye genelinde birçok büyükşehir belediyesi ve belediye yasal zorunluluklarında bir uzantısı olarak maddi kaynak, personel ve teknik alt yapısının imkânları nispetinde çocukların suça sürüklenmesini önlemeye ve azaltmaya yönelik çalışmalar yürütmektedir. Bu kapsamda verilen hizmetler arasında sağlık hizmetleri, psikolojik-sosyal destek hizmetleri, ayni ve nakdi yardımlar, sosyal ve kültürel faaliyetler, eğitim destek hizmetleri ve spor hizmetleri sayılabilir.

SONUÇ

Çocuk suçluluğu, bireysel ve çevresel kaynaklı oluşabilen, oldukça eski dönemlerden beri görülmekle birlikte kentlerde nüfusun yoğunlaşması ile artma eğilimi gösteren önemli bir toplumsal sorundur. Bu toplumsal sorunun ciddiyet kazanması ile birlikte konuya verilen önemde artış göstermiştir. Çocuğun suça sürüklenmesini önlemek ve suça sürüklenmiş çocukların bu davranışı bir yaşam tarzı haline getirmesine engel olmak amacıyla uluslararası, ulusal ve yerel boyutta çalışmalar yürütülmektedir. Çocuk suçluluğuna pek çok etkenin belirleyici olması nedeniyle soruna sadece hukuki boyutta yaklaşılmamakta, diğer disiplinlerden de destek alınması yoluna gidilmektedir. Bu disiplinler arası işbirliği ve perspektifli bakış açısı çocuğun suça sürüklenmesi ile mücadelenin başarı kazanmasını da kolaylaştırmaktadır.

Türkiye, büyük bir genç nüfusa sahip, gelişmekte olan ve bu nedenle kentleşme hızının yüksek ve kentsel sorunların ise yoğun olarak yaşandığı bir ülkedir. Yaşanan kentsel sorunlar, çocuk suçluluğunun yükselmesine neden olacak risk faktörlerini de artırmaktadır. Uluslararası boyutta çıkarılan pek çok düzenlemeyi referans alarak oluşturulan ulusal mevzuat ve örgütsel yapılanmaya karşın, Türkiye’de çocuk suçluluğu artma eğilimi göstermektedir. Bu artış karşısında pek çok devlette olduğu gibi Türkiye’de de merkezi yönetim, yerel yönetimlerle koordineli olarak çalışmalarını yürütmektedir. Ancak yerel yönetimlerin sürece sunduğu katkı düzeyleri arasında önemli farklılıklar göze çarpmaktadır. Bu fark yerel yönetimlerin mali kaynakları, nitelikli personel sayıları, koordinasyon düzeyleri, hizmetlerle ilgili hedef ve standartları, hizmet öncelikleri gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanmaktadır.

Yerel yönetimlerin çocuk suçluluğu ile mücadele sürecinde işlevlerini yerine getirebilmeleri için her şeyden önce merkezi yönetimle iş birliği düzeylerini kuvvetlendiren bütünlüklü politikalara ağırlık verilmesi gerekmektedir. Bu noktada kurumlar arası koordinasyon ve veri akışı güçlendirilmeli ve iletişim kanalları çoğaltılmalıdır. Yerel yönetimlerin ihtiyacı olan mali kaynak, nitelikli personel, teknik donanım ve alt yapı da acilen karşılanmalıdır. Nitelikli personel boyutunda özellikle yerel yönetimlerin

psikolog, pedagog, sosyal çalışmacı ve sosyolog kadrolarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu ihtiyaçların karşılanması yerel yönetimlerin sundukları hizmetlerin kalite farklılıklarını da azaltacaktır. Yerel yönetimlerin bilgi ve deneyimlerini paylaşarak iş birliği geliştirebilecekleri etkinlikler ve örgütlenmeler teşvik edilmelidir. Üniversiteler rehberliğinde yerel yönetim personelini bilgilendirmeye yönelik eğitimler ve çocukların suça sürüklenmesini önlemeye yönelik üzüm arayışları da alternatif açılımlar sunacaktır. Halkın iş birliğini kazanmaya yönelik bilgi ve farkındalık eğitimlerinin düzenlenip yaygınlaştırılması çocukların güvenliğinin sağlanması açısından önemlidir. Ayrıca bilişim teknolojilerinin sunduğu fırsatlar da genelde suçluluğu özelde ocuk suçluluğunu azaltıcı tedbirlerin geliştirilmesi yönünde kullanılmalıdır. Yerel yönetimlerin çocuklara yönelik faaliyetlerine öncelik verilmesi ve çocuklara odaklanılarak diğer kamu hizmetlerinin planlanıp sunulması da ocuk suçluluğu başta olmak üzere farklı pek çok toplumsal sorunla mücadele başarısını artıracaktır. Çünkü ocuklar geleceği emanet edeceğimiz, yarınlarımızdır. Dolayısıyla başlangıç noktası çocuklar olmalıdır.

KAYNAKÇA

1. Adalet Bakanlığı (2021), “Ceza İnfaz Kurumu İstatistikleri”, Adalet Bakanlığı Adli Sicil ve İstatistik Genel Müdürlüğü Haber Bülteni, <https://adlisicil.adalet.gov.tr/Resimler/SayfaDokuman/3102022113329Haber%20B%C3%BClteni%20-%20CTE%20%2003.10.2022.pdf> (Erişim Tarihi: 18. 08. 2022).
2. Ankara Büyükşehir Belediyesi, <https://www.ankara.bel.tr/kadin-ve-aile-hizmetleri/cocuk-hizmetleri> (Erişim Tarihi: 18. 09. 2022).
3. Aslan, M. Y. (2008), “Çocuk Suçluluğu Hakkında Uluslararası ve Ulusal Hukuk Düzenlemeleri”, Ankara Barosu Dergisi, 66(4), ss. 88-96.
4. Avşar, Z. – Öğütoğulları, E. (2012), “Çocuk İşçiliği ve Çocuk İşçiliği Mücadele Stratejileri”, Sosyal Güvenlik Dergisi, 2(1), ss.9-40.
5. Bağış, R. C. (2019), “Çocukları Suça Sürükleyen Çevresel Nedenler: Sosyal Bağ ve Sosyal Öğrenme Teorileri Işığında Bir Değerlendirme”, Humanitas, 7(14), ss: 203-221
6. Bayındır, N. – Özel, A. ve Köksal, E. (2007), “Çocuk Suçluluğu Demografisi”, Polis Bilimleri Dergisi, 9 (1-4), ss. 95-108.
7. Berber, N. (2015), "Türkiye’de Çocuk Suçluluğu ile Mücadele Politikası Analizi: İstanbul Örneği”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi: İstanbul.
8. Beter, Ö. (2010), "Türkiye ve İngiltere’de Çocuk Koruma Sistemleri", Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmet Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi: Ankara.
9. Coşar, Y. (2005i), “Kentleşen Türkiye’de Çocuk Suçluluğu”, Türkiye Barolar Birliği Dergisi, 56, ss. 281-327.
10. Çakmak, C., Çapak, H., Konca, M. ve Korku, C. (2017) “Bir Halk Sağlığı Sorunu Olarak Çocuklara Yönelik Şiddet: Gazete Haberleri Üzerinden Bir Araştırma”, Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(13), ss.85-101.
11. Çopur, E. Ö. – Ulutaşdemir, N. ve Balsak, H. (2015), “Çocuk ve Suç”, Uluslararası Katılımlı III. Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Kongresi “Erken Müdahale” Bildiriler Kitabı, ss. 120-124.
12. Dilber, F. (2014), KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 16 (Özel Sayı I), ss. 60-66.
13. Dinç, A. (2020), “Türkiye’de Çocuk Mahkemelerinin Çocuk Adalet Sistemindeki Yeri”, Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi, 5, ss. 62-79.
14. Erkan, R. – Erdoğan, M. Y. (2006), “Göç ve Çocuk Suçluluğu”, Aile ve Toplum, 3(9), ss. 79-90.

- 15.Ergenç, S. ve Aydın, H. (2016), “Yerel Yönetimlerin Çocuk Suçunu Önlemedeki Rolü”, 3, Denetim, ss.73-78.
- 16.Estrada, F. (1999). "Juvenile Crime Trends in Post-War Europe". European Journal on Criminal Policy and Research, 7 pp: 23-42.
- 17.Fişek, G.- Çiner, C. U. ve Akpınar, T. (2008), “Çocuk Suçluluğu’nda Öncü Çalışmalar ve İki Doktora Tezi”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 57(2), ss.17-29.
- 18.Gökpinar, M. (2007), “Sosyal ve Kriminal Boyutlarıyla Çocuk Suçluluğu”, TBB Dergisi, 72, ss. 206-233.
- 19.Hamarat, N. T. (2019), “Kentleşme ve Çocuk Suçluluğu”, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Trabzon.
- 20.Işıkcı, Y. M. ve Tepe, S. (2016), “Türkiye’de Çocuğa Yönelik Sosyal Politika Uygulamaları ve Tarihsel Analizi”, Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 7(1), ss. 69-100.
- 21.İLO, (2003), Working Out Of Poverty, International Labour Conference, 91st Session 2003, Geneva: Report Of The Director General, <https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/kd00116.pdf> (Erişim Tarihi: 11. 07. 2022).
- 22.İLO Ankara Ofisi, (2021), “Çocuk İşçiliği”, <https://www.ilo.org/ankara/areas-of-work/child-labour/lang--tr/index.htm> (Erişim Tarihi: 18. 07. 2022).
- 23.İstanbul Büyükşehir Belediyesi, <https://sosyalhizmetler.ibb.gov.tr/sayfadetay.aspx?ID=15> (Erişim Tarihi: 18. 07. 2022).
- 24.İzmir Büyükşehir Belediyesi, <https://www.izmir.bel.tr/tr/AcrdIcerik/112/20> (Erişim Tarihi: 18. 07. 2022).
- 25.Kunt, V. (2003), Suç ve Çocuk, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Sosyal Antropoloji Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Ankara.
- 26.Kojan, B. - Lonne, B. (2012), "Child and Family Social Work", Child and Family Social Work, 17, pp: 96-107.
- 27.Mutlu, A. (2015), “Çocuk Suçluluğunu Önleme Konusunda Yerel Yönetimlerin İlke ve Politikaları”, <https://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/MUTLU-Ahmet-%C3%87OCUK-SU%C3%87LULU%C4%9EUNU-%C3%96NLEME-KONUSUNDA-YEREL-Y%C3%96NET%C4%B0MLER%C4%B0N-%C4%B0LKE-VE-POL%C4%B0T%C4%B0KALARI.pdf> (Erişim Tarihi: 18. 07. 2022).

- 28.Özkök, P. (1996), Çocuk Suçluluğunun Nedenleri ve Alınması Gereken Tedbirler, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Çocuk Sağlığı ve Eğitimi Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Ankara.
- 29.Pelendioğlu, B. – Bulut, S. (2009), “Çocuğa Yönelik Aile İçi Fiziksel İstismar”, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi, 9(1), ss.50-62.
- 30.Runyan D.K. - Zolotor A.J. (2011) “International Issues in Child Maltreatment”, Child Abuse And Neglect: Diagnosis, Treatment and Evidence, Ed: Carole, J., Elsevier, Canada.
- 31.Semiz, M. – Kesmez, E. –Aygün, H. ve Yıldız, D. (2020), “Suça Sürüklenen Çocukların Suça Sürüklenme Nedenlerine Genel Bir Bakış”, TC İstanbul 29 Mayıs Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Hizmet Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Lisans Tezi: İstanbul.
- 32.Söyüt, H. E. (2017), “Çocuk Suçluluğu Karşısında Belediyelerin Rolü: Ankara Büyükşehir Belediyesi Üzerinden Bir Değerlendirme”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Gazi Akademi Genç Sosyal Bilimciler Sempozyumu 2017 Özel Sayısı, ss. 395-413.
- 33.Şimşek, N. (2021), “Suç Yönetimi Bağlamında Çocuk Suçluluğu, Cezalandırma Sistemi ve Eğitim”, Kamu Yönetimi ve Politikaları Dergisi, 2(1), ss. 93-120.
- 34.Şimşek, Z.- Erol, N.- Öztop, D. ve Özcan, Ö. Ö. (2008). “Kurum Bakımındaki Çocuk ve Ergenlerde Davranış ve Duygusal Sorunların Epidemiyolojisi; Ulusal Örneklemde Karşılaştırmalı Bir Araştırma” Türk Psikiyatri Dergisi, (19) 3,ss. 235-246.
- 35.Tezel, A. (2002), “Çocuğa Yönelik Şiddet”, Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 5(1), ss.93-100.
- 36.Topçuoğlu, T. (2014), “Çocuk Suçluluğu ve Gelişimsel (Risk-odaklı) Suç Önleme”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 16 (Özel Sayı I), ss: 217-226.
- 37.TÜİK, (2021), “İstatistiklerle Çocuk 2021”, https://www.tuik.gov.tr/media/announcements/istatistiklerle_cocuk_2021.pdf (Erişim Tarihi: 18. 07. 2022).
- 38.TÜİK, (2021), “Güvenlik Birimlerine Gelen veya Getirilen Çocuk İstatistikleri” <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Güvenlik-Birimine-Gelen-veya-Getirilen-Cocuk-Istatistikleri-2021-45586> (Erişim Tarihi: 20. 07. 2022).
- 39.TÜİK, (2019), Çocuk İşgücü Anketi Sonuçları, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Child-Labour-Force-Survey-2019-33807> (Erişim Tarihi: 01. 07. 2022).

- 40.Yaman, F. – Tuncay, T. (2020), “Ölümcül Çocuk İstismarları ve Türkiye Çocuk Koruma Sistemine Yönelik Bir Değerlendirme”, Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi, 31(1), ss. 1370-1393.
- 41.Unicef and World Bank Group, (2022) “The Impact of COVID-19 on the Welfare of Households With Children”, <https://www.unicef.org/media/117301/file/The%20Impact%20of%20COVID-19%20on%20the%20welfare%20of%20households%20with%20children.pdf> (Erişim Tarihi: 18. 07. 2022).
- 42.Unicef, (2022), “The State Of The World’s Children 2021 Promoting, Protecting and Caring for Children’s Mental Health” file:///C:/Users/Casper/Downloads/SOWC-2021-full-report-English.pdf (Erişim Tarihi: 18. 07. 2022).
- 43.United Nations. (2004). Human Rights and Poverty Reduction: A Conceptual Framework New York and Geneva, <https://www2.ohchr.org/english/issues/poverty/docs/povertyE.pdf> (Erişim Tarihi: 14. 07. 2022).
- 44.Yanık, D. – Ediz, Ç. (2022), “Aile İçi Şiddetin Sessiz Mağdurları: Çocuklar”, Meyad Akademi, 3(1), ss. 91-103.
- 45.5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu, (2005), Resmi Gazete Sayı: 25876, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5395.pdf> (Erişim Tarihi: 19. 07. 2022).

KİLİS BEYİ CANBOLAD BEY VAKFI

Serhat KUZUCU¹

Mehmet EVRAN²

*¹Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi,
Tarih Bölümü; Kilis, kuzucu@kilis.edu.tr; Orcid: 0000-0003-2234-9038.*

*²Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Doktora Öğrencisi,
YÖK 100/2000 Doktora Bursiyeri, Kilis, mehevrان@yandex.com;
Orcid:0000-0002-5405-2418.*

1. Giriş

Tarih bilimi araştırmacıları sanayi devrimi öncesi toplumları, tarım toplumu olarak isimlendirmektedir. Bütün tarım toplumlarında olduğu gibi Osmanlı toplumunda da merkezi hükümet kendini haricî ve dâhilî güvenlikten sorumlu görürken dinî, sosyal, kültürel, sağlık, bayındırlık hizmetlerini yürütmekte kendi üzerine doğrudan sorumluluk almamaktaydı. Kamusal alanın ihtiyacı olarak değerlendirilen bu hizmetler devletin merkezî bütçesinden ödenek tahsis edilmeden yine devletin belirlediği hukuk çerçevesi içerisinde milli hasıla üzerinden vakıflar aracılığıyla yerine getirilmekteydi. Bu yönüyle ilk bakışta özel hukuk alanı gibi görülen vakıflar, gerçekte amme görevini üstlenmiş kurumsal yapılardır (Öztürk, 2014, s. 953).

Sosyal dayanışmanın geliştirilme arzusu ve toplumsal ihtiyaçların karşılanmak istenmesi vakıf kavramının doğmasına neden olmuştur. Zamanla dini bir çehre kazanan vakıf kavramı özellikle Türklerin İslamiyet'i kabulüyle sistematik bir kurum halini alarak toplumun tamamını içine alan büyük bir yardımlaşma ve imar kurumuna dönüşmüştür. Kuruluş şekli ve amaçları bakımından zaman zaman eleştirilere maruz kalmış olan vakıfların insanlık adına sağladığı hizmetin ve oluşturduğu medeniyetin ehemmiyeti büyüktür.

Vakıf sistemi sayesinde ilim yuvaları, ibadethaneler, yollar, köprüler, hanlar, hamamlar, imarethaneler, çeşmeler asırlarca dimdik ayakta kalarak sosyo-kültürel hayatın içinde sayısız insana hizmet vermiştir. Sistemli bir kurum olarak mükemmel şekilde işlev kazanması Osmanlı Devleti zamanında olmuştur. Başta Osmanlı sultanları ve aile bireyleri olmak üzere devlet erkânı, ulema ve halktan zengin kişiler vakıf oluşturmada adeta birbiriyle yarışır hale gelmiştir. Bu sayede imparatorluğun en uç sınırlarında medrese, kütüphane, hastahane, han, hamam, kervansaray, yol, köprü, çeşme gibi yapılar inşa edilerek içtimâî hayatın hizmetine sunulmuştur.

Osmanlı Devlet geleneğinde vakıf sistemi yalnız dinî hayatla sınırlı kalmamış ve toplumun sosyal ve kültürel hayatında derin izler bırakmıştır. Kamusal hizmetlerin vakıflar aracılığı ile yürütülüyor olması toplum düzenine büyük katkılar sağlarken bir anlamda devlet bütçesine dokunulmadan yürütülen kamusal hizmetlerin devlet yararına sağladığı faydanın önemi de büyüktür. Ayrıca Osmanlı tatbikatında vakıflar eliyle devletin kendi kültür anlayışına hizmet edecek bireyler yetiştirme gayretinde olduğu görülmektedir. Daha çok ilmî ve dinî hizmetler düşünülerek oluşturulan ve külliye mahiyetinde olan vakıflarda bu durum kendini açıkça göstermektedir.

16. yüzyılın ortalarında inşa edilen Tekye Cami'î ve Kilis Mevlevîhânesi'nin bir vakıf külliyesi olarak gösterdiği faaliyetler ile Kilis şehrinin gelişmesine ve

büyümesine sağladığı yarar kadar Osmanlı hakimiyetinin bölgede tesis edilmesinde oynadığı rolün ortaya çıkarılması Kilis'in yerel tarihinin aydınlatılmasında olduğu gibi Osmanlı Devleti tarihinin aydınlatılmasında da büyük katkılar sağlayacaktır. Bu düşünceden hareketle çalışmaya başladığımız Canbolad Bey Cami'î Vakfının karanlıkta kalan yönlerinin tespiti ve aydınlatılması Osmanlı Vakıf Sistemi'nin anlaşılmasına sağlayacağı fayda kadar Osmanlı şehir tarihi açısından da önemlidir.

2. Vakıf Sistemi

Sözlük anlamı duruş, durmak, alıkoymak, ayakta bekleme ve hareketten alıkoyma olan vakıf kelimesinin ıstılâhî anlamı Allah'ın rızasını kazanmak için maddi imkanı yeterli olan kimsenin mülkünün veya nakdinin tamamı ya da bir kısmını ihtiyaç sahibi kişiler veya zümrelerin faydalanması için tahsis etmesi olarak değerlendirilir (Kazıcı, 2020, s. 33-34). Bu tanımdan hareketle vakfı, taşınır veya taşınmaz bir değeri belirli hedefler ile bir amaca tahsis edilmesiyle ortaya çıkan, hukukî statü ve devamlılık kavramı kazanan, söz konusu değerlerin kendi kendini temsil ettiği ve hakim tarafından tescilinden sonra kurucusu olan vâkıf dahil herkesi bağlayan hukukî bir akid olarak değerlendirmek mümkündür. Bir anlamda hukukî sözleşme niteliğine sahip akidde bulunan temel kuralların yer aldığı, hakimın kararıyla hüküm bildiren yazılı belgeye ise vakfiye denilmektedir (Öztürk, 1995, s. 21). Başka bir ifadeyle malın mülkiyetten çıkarılarak menfaatlerinin belirli şartlarla, ebedi olarak bir hayır için tahsis edilmesine vakıf (Akgündüz, 1996, s. 94), vakıf muamelesinin vücut bulmuş halini temsil eden yazılı belgeye ise vakfiye denilmektedir (Öztürk, 1995, s. 21).

Osmanlı Devleti vakıf muamelelerinin kurulması için “vakıfdır, sebildir, sebil içindir, vakfettim” gibi açık ve net ifadelerin kullanıldığı görülmektedir. Bu durumun Osmanlı uygulamasındaki tezahürü Osmanlı vakıf hukukunda Hanefî görüşünün etkisinden ileri gelmektedir (Akgündüz, 1996, s. 115).

İslam'ın ilk dönemlerinden başlayarak Müslümanlar, Kur'an ve sünnetin emirleri doğrultusunda birbirleri ile yardımlaşmaya büyük önem verdi. Allah ve Resulü'nün emir ve tavsiyeleri ile başlayan bu eylem zaman içinde vakıf müessesesinin teşekkülüne zemin oluşturdu (Kazıcı, 2020, s. 56). Ortaya çıkan bu müessese İslam kültüründe önemli bir yer edinerek Müslüman toplumların içtimâî ve iktisadî hayatı üzerinde derin izler bırakmıştır. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi'nde vakıf müessesesi sosyo-kültürel ve ekonomik hayatta muazzam bir güce ulaşmıştır. Osmanlı gayr-i menkul servetinin vakıf sermayesinin yaklaşık olarak dörtte üç nispetinde olduğu sanılmaktadır (Köprülü, 2005, s. 295).

Vakfın menşei ve tarihçesi hakkında bir takım tartışmalar yapılmakla birlikte M. Fuad Köprülü ve A. Akgündüz gibi vakıf müessesesi üzerine araştırmaları

bulunan tarihçiler vakıf kurumunun ortaya çıkmasındaki temel olguyu İslam'ın temel kaynağını oluşturan Kur'an ve sünnetin yardımlaşma prensibi ve insanlara fayda sağlayan her türlü hizmetin ibadet sayılması ilkesine bağlamaktadır (Akgündüz, 1996, s. 64-67; Köprülü, 2005, s. 299-307). Kur'an'da kurumsallaşmış şekli ile vakıf kelimesi geçmemekle beraber vakıf kelimesini karşılayan sadaka ve teberra benzeri birçok kelime zikredilmektedir.

Kaynağını İslam dininin yardımlaşma prensibinden alan vakıf müessesesi Hz. Peygamber'in Medine'de bulunduğu dönemden günümüze kadar uzanan zaman diliminde Müslüman dünyasının sosyo-kültürel ve iktisadî hayatında önemli görevler üstlenmiş dinî ve hukukî kurumlardır (Köprülü, 2005, s. 295). İnsanı ilgilendiren her alanda kendine yer bulan vakıfların kurumsallaşma anlamında Emeviler Dönemi'nde büyük bir gelişme gösterdiği bilinmektedir. Bu dönemde ilk defa köy ve mezra'a gibi büyük yerleşim yerlerinden oluşan birimlerin oluşturulan bir vakıf için akar olarak vakfedilmesiyle meydana gelen vakıf örnekleri görülmektedir. Abbasiler Dönemi vakıf müessesesinin idaresinde ve kontrolünde uygulanan yöntemin daha sonra kurulan Müslüman ve Müslüman Türk devletlerine örnek teşkil etmesi vakıf sisteminde terakki sürecinin bu dönemde de devam ettiğinin kanıtıdır (Köprülü, 2005, 314-317).

Abbasi hilafetinin çözülmeye başladığı dönemde kurulan Büyük Selçuklu Devleti ile İslam dünyasında Türk otoritesi güçlü şekilde hissedilmeye başlandığı gibi Selçuklular'ın Fatimî-Şîî hareketine karşı güttüğü Sünnîlik politikası sonucu ortaya çıkan yeni yapılar, özellikle medreseler, Tekye ve zaviyeler vakıf sisteminin devamlılığını garantileyen vakıf sermayesinin muazzam ölçüde büyümesine zemin hazırladı. Sonraki süreçte Anadolu'da kurulan devletlerin ve beyliklerin devlet erkânı maddi imkanlarının el-verdiği nispette vakıf sisteminin gelişimine ve korunmasına önem verdiler (Kazıcı, 2020, s. 69-70).

Anadolu Selçuklu Devleti'nin mirası üzerine kurulan Osmanlı Devleti'ni, Anadolu Selçuklu Devleti'nin devamı olarak düşünmek mümkündür. Müslüman ve Müslüman Türk Devletleri'nin yapılanmasını kendisine entegre ederek bu yapıları mükemmelleştiren Osmanlı Devleti Döneminde vakıf müessesesi İslam ve Osmanlı coğrafyasının en ücra köşelerine kadar yayılma imkanı buldu. İslam dünyasının siyasî ve iktisadî terakkisine paralel olarak dinî-hayrî yapılar vakıflar eliyle vücuda getirildi (Kazıcı, 2020, s. 74).

Osmanlı Devleti'nin inkişafına paralel olarak gelişen ve çoğalan vakıfların bu dönemde tespit edilen ilk örneğini Orhan Gazi oluşturdu (Bayartan, 2008, s. 159; Kazıcı, 2020, s. 75).

Osmanlı İmparatorluğu tarihi incelendiğinde günümüz devlet anlayışı bağlamında kamu hizmetleri özelliği gösteren içtimaî vazifenin vakıflar eliyle

yerine getirildiği görülür (İnalcık, 2019, s. 245). Yollar, köprüler ve sulama işleri gibi kamusal hizmetler; hastahane yapımı ve fakirlere yardım gibi sosyal yardımlaşma ve dayanışma faaliyetleri; eğitim ve öğretim faaliyetleri içinde yer alan öğretmenlerin maaşları, talebelerin bakımı, medrese ve kütüphane inşası gibi kültürel faaliyetlerin devamlılığı; cami inşası gibi din işlerinin ifası Osmanlı devlet geleneğinde vakıflar aracılığı ile yürütülmektedir. Bu yönüyle Osmanlı Devleti'nin sosyal tarihini inceleyen bir araştırmacının tarihî ve sosyolojik bakımdan vakıflar hakkında araştırma ve incelemede bulunması kaçınılmaz bir zaruret olarak tezahür eder (Öztürk, 1995, s. 21; Yediyıldız, 2003, s. 3).

Vakıf sistemi İslam hukukunda özel bir müessese olduğu kadar İslam medeniyetinin diğer kurumları ile de sıkı ilişkileri bulunan bir yapıya sahiptir. Hususiyetle Osmanlı tarihi alanında yürütülecek olan vakıf çalışmaları sadece vakıf sisteminin bilinmeyenlerini ortaya çıkarmaktan öteye uzanmaktadır. Vakıf çalışmalarının temel dayanağını oluşturan vakfiyelerin araştırılması ve değerlendirilmesi vakfın etki alanında yer alan toplumun bünyesi hakkında sağlam bilgilerin ve verilerin temin edildiği en iyi arşiv vesikaları olarak dikkat çeker (Öztürk, 1995, s. 21; Yediyıldız, 2003, s. 3-4).

Vakfiye veya vakıf-nâme olarak isimlendirilen ve vâkıfın vakfı oluştururken tanzim ettiği hüküm ve kaidelerin kadı tarafından tescili ile meydana gelen hukukî statüye sahip vesika olan vakfiyeler kağıt ve parşömen tomarlara veya hacmi bir ile ortalama dört yüz sayfadan mürekkep defterlere yazılmaktadır (Öztürk, 1995, s. 21-22). Osmanlı Vakıfları üzerine çeşitli araştırmaları bulunan Bahaeddin Yediyıldız vakfiyeyi yedi bölüm olarak değerlendirmektedir.

1. Bir veya daha çok kadının (kadı, hakim, kadı-asker) veya doğrudan sultanın tasdik yazıları, imza ve mührünün bulunduğu kısım.

2. Bir anlamda giriş bölümü özelliği gösteren vâkıfın Allah'a hamd ve Peygambere duâ yaptıktan sonra dünyanın genel bir tasvirini vererek kendi hayat felsefesinin zikir edildiği ve vakfın oluşturulma gerekçelerinin sıralandığı ikinci kısım.

3. Vâkıfı tanımamıza imkan sağlayan ve vâkıf hakkında bilgilerin yer aldığı kısım.

4. Vâkıf tarafından inşa ve insanlık yararına tahsisi yapılan binaların ve bunların işletilmesi için vâkıfın vakfettiği menkul ve gayr-i menkulün tasvir edildiği kısım. Bu bölümde akar olarak zikredilen malların mevkileri, sayıları ve yüzölçümleri ile sınırları ve hukukî formları her hangi bir şüpheye mahal bırakmayacak şekilde tüm ayrıntıları ile verilmektedir.

5. Vakfedilen akarın işletilmesi, personele ödenecek ücretler, söz konusu akarlardan edilen gelir ile yerine getirilmesi gereken hizmetler ile ilgili her türlü konuda vâkıf tarafından tespit edilen şartların yer aldığı kısım.

6. Vâkıfın oluşturduğu vakfın dayanak noktası anlamına gelen eskilere ve büyük İslam hukukçularına atıf yapılarak ilgili vakıf için en uygun görülen fikrin yazıldığı hâkimin hükmü bulunan kısım.

7. Vakfiyede zikredilen şartları bozma eğiliminde olanlara karşı vâkıfın lanet cümlelerinden oluşan son bölüm ile tarih ve şahitlerin yer aldığı kısım (Yediyıldız, 2003, s. 4-5).

Belirli bir plan dahilinde hazırlanan vakfiyeler kadı tarafından mahkeme siciline kaydedilerek vakfiyenin aslı vâkıfa teslim edilmektedir (Öztürk, 1995, s. 24). Şayet vakfedilen eser bir bina ise vakfiyenin özeti söz konusu yapının bir duvarına yazdırılmaktadır. Vâkıf oluşturduğu vakfın geleceğinden daha da emin olmak ister ise vakfiyesini Defter-hanenin vakıf işleriyle ilgilenen bürolarından birine kaydettirme hakkını haizdir (Yediyıldız, 2003, s. 5-6).

Bir vakfın vakfiyesi diplomatik usul ve esaslar çerçevesinde incelenip değerlendirildiğinde sadece vakıf müessesesinin hukukî ve tarihi serüvenini aydınlığa çıkarmakla kalmayacağı gibi Türk ve İslam tarihinin her alanda tahliline imkan tanıyan önemli bilgiler sunacaktır. Söz konusu vesikalardan iktisat, şehir, idari teşkilatlanma, din ve yerleşme tarihleri, topografya gibi tarihin tüm alanlarından elde edilecek bulgularla Osmanlı toplumunun iç bünyeleri, sosyal sınıfların iktisadî şartları, hukukî ve sosyal ilişkilerin tahlili mümkün olacaktır. Ayrıca bu araştırma ve incelemeler Osmanlı şehirlerinin iskan sistemini, yeni mahallelerin teşekkülünü (İnalçık, 2019, s. 245), muhtelif halk kitlelerine mensup bireylerin toplanma yerlerini, eşya ve para değerlerini, vergilerin mahiyetini, ilmî ve dinî müesseselerin gelişimini ve sosyal dayanışma müesseselerini tanıma ve anlamada önemli veriler sağlayacaktır (Yediyıldız, 2003, s. 7). Bu yönüyle vakfiyeler kronikler tarafından sistematik olarak ihmal edilen sıradan insanların, köylülerin, küçük sanat ve ticaret erbabının yaşam koşulları hakkında detaylı bilgiler verecektir (Köprülü, 2005, s. 267).

3. Şehrin Coğrafyası Ve Tarihi

Anadolu'nun Suriye'ye açılan kapısı niteliğinde olan Kilis, tarihsel süreç içinde önemli bir yerleşim birimi olmakla beraber konumuna ve dönem içindeki stratejik pozisyonuna göre yerleşim alanında değişiklikler göstermektedir (Koyuncu, 2022, s. 8-9). Konumu itibarı ile Güneydoğu Anadolu bölgesini Kuzey Suriye bölgesine bağlayan şehrin hem iklimi hem de kültürel yapısı bu iki bölgenin izlerinin bariz şekilde görüldüğü bir yerleşim birimidir. Ayrıca dönemin önemli bir nüfus çoğunluğunu teşkil eden konar-göçer unsurların yaylak ve kışlak yaşam şeklinin merkezi konumunda yer almaktadır (Akis-Aykan-Tektuna, 2015, s. 14).

Şehrin güneyinde Türkiye-Suriye sınırı, batı ve kuzeybatısında İslahiye, kuzey ve kuzeydoğusunda Gaziantep şehir merkezi ve doğusunda Oğuzeli ilçesi bulunmaktadır. Şehrin batı yakasında 750 metre rakımlı kalker yapılı tepelikler, kuzeyinde ise 950-1000 metre rakım ile bazalt örtülü Resulosman ve Acar (Kerfiz) dağları vardır. Deniz seviyesine 650 metre yüksekliği bulunan şehir merkezi doğu-batı istikametinde dikdörtgenimsi bir alan içinde yer almaktadır (Tektuna, 2017, s. 6).

Sularını Kilis ovasının güneyindeki tarım arazilerine boşaltan Tokmak deresi 20 km² su toplama havzası ile şehrin sahip olduğu en önemli akarsu kaynağını oluşturmaktadır. Ayrıca 1 km² su toplama havzasına sahip Afrin Çayının küçük bir kolu şehrin kuzeybatısında yer alan önemli bir su kaynağıdır (Tektuna, 2017, s. 6).

Akdeniz ikliminin karakteristik özellikleri Kilis şehrinde belirgin olarak hissedilmekle beraber şehrin konumu itibariyle deniz etkisi denize uzaklığı ile doğru orantılı değildir (Tektuna, 2017, s. 6-7).

Topraklarının verimli olması kadar önemli ticaret merkezlerini birbirine bağlayan yolların keşişim noktasında bulunması hasebiyle Kilis, tarihsel süreç içinde bölgede hakimiyet kurmak isteyen devletlerin elde tutmaya çalıştığı bir merkez olmuştur. Arap kaynaklarında “Killiz” olarak kaydedilen şehrin adı Osmanlı Devleti döneminde belgelere “Kilis” olarak yazılmıştır (Konyalı, 1968, s. 31; Yıldırım-Akdeniz, 2020, s. 2-3).

Tarih sahnesindeki varlığı M.Ö. 1500’lü yıllara kadar bulgu ve belgelerle kanıtlanan şehrin ilk dönemlerde yönetimi Hititler’de iken M.Ö. 1100 yılında Asur egemenliği altına girdiği bilinmektedir. M.Ö. 64 yılında Roma hakimiyetine geçen şehir M.S. 395 yılında Roma İmparatorluğunun ikiye ayrılması ile Bizans İmparatorluğu hakimiyetine geçmiştir. Müslüman ve Hristiyan dünyasının sınırında tampon bölge özelliği gösteren şehir bu unsurların birbirlerine karşı yürüttüğü siyasetin sonucu olarak dönem dönem el değiştiren mücadele alanı haline gelmiştir. Nihayet 1124 yılında Artukoğlu Belek Gazi’nin seferleri ile İslam dünyasının egemen olduğu bir şehir kimliğini kazanmıştır (Koyuncu, 2022, s. 7-8). 1259 yılında Tatar ve Moğol istilasından kaçan Azaz kasabası sakinleri Kilis’e gelerek şehrin büyümesi ve gelişmesinde önemli rol oynamıştır (Gazzi, 1977, s. 476).

24 Ağustos 1516 Mercidabık Savaşı neticesinde şehrin hakimiyeti Osmanlı Devleti idaresine geçmiştir. Yaklaşık 402 yıl Osmanlı egemenliği altında büyüüp gelişen şehir 1918 yılında Mondros Mütarekesi gerekçe gösterilerek İngilizler tarafından işgal edilmiştir. 29 Ekim 1919 tarihinde İngilizler stratejileri gereği şehri Fransızlara teslim ederek geri çekilmiştir. İngilizlerin ılımlı politikasının aksine istilacı zihniyetiyle hareket eden Fransızlar şehrin

sakinlerinden olan gayr-i Müslüm unsurların da desteğini alarak Müslüman halka gaddarca bir tavır takındıklarından Müslüman ahali kendi içinde örgütlenerek Fransızlara karşı silahlı mücadeleye başlamıştır. İki yıldan fazla süren bu mücadele Ankara Hükümeti ile Fransa arasında imzalanan Ankara Antlaşması ile sona ererken 7 Aralık 1921 tarihinde Kuvayı Milliye'nin, hükümet konağına Türk Bayrağını çekmesi ile işgal resmen sona ermiştir. Ankara Antlaşması ile toprağının ancak 4/1'ini elde tutmaya muktedir olan Kilis, Halep şehri gibi önemli bir ilim ve ticaret merkezi ile olan bağlantısını kaybettiğinden cumhuriyet döneminde büyük şehirlere göç vererek küçülmek durumunda kalmıştır. Nihayet 10 Haziran 1995 tarihinde il statüsü verilen Kilis şehri, il olmanın avantajlarını değerlendirerek yeniden gelişim ve büyüme göstermeye başlamıştır (Tektuna, 2017, s. 8-9).

4. Kilis Beyi Canbolad Bey Vakfı

Çalışmamızın konusunu oluşturan Canbolad Bey Vakfına ait belgelerin tamamının araştırmacılar tarafından tespit ve tedkik edilememesi konuya ilişkin bir takım tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Telif eserler ile konuya açıklık getirmek isteyen araştırmacıların çoğunluğu ise Kilis Tekyesini (Kilis Mevlevîhânesi) Canbolad Bey Vakfından bağımsız bir birim olarak değerlendirerek Mevlevîhâne'nin bânisini ve kuruluş tarihini tespit etmeye çalışmıştır. Günümüzde araştırmaya açılmış olan arşiv belgeleri incelendiğinde Kilis Mevlevîhânesi'nin Canbolad Bey Vakfının bir ünitesi olduğu aşıkâr iken Mevlevîhânenin inşa edildiği tarihi kesin olarak tespit etmek zordur. Kilis'in sosyo-kültürel tarihinin bilinmeyenlerini ortaya koymak adına Canbolad Bey Cami'î Vakfı ve vakfın bir parçası olan Kilis Mevlevîhânesi arşiv vesikaları ışığında incelenmiştir.

Osmanlı Devleti Dönemi'nde Mevlevîler'in Güneydoğu Anadolu bölgesinde örgütlenmesi Yavuz Sultan Selim'in 1516-1517 seferleri ile Suriye ve Mısır'ı fethetmesinden sonraya tekabül eder. Suriye ve Mısır'ın Osmanlı topraklarına ilhakından hemen sonra Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Mevlevîhâne sayısının, 17.yüzyılın ortalarına kadar, hızla arttığı görülür. Bölgede hızla çoğalan Mevlevîhâne sayısındaki artış Safevîlerin, Osmanlı toprakları üzerinde yürüttüğü Şîâ politikasının bir sonucu olarak açıklanabilir. Osmanlı Devleti tarafından Mevlevî ve Halvetî örgütleri desteklenerek bölge üzerinde Safevî etkisi kırılmaya çalışıldığı gibi devlet kendi kültür anlayışını tebaası üzerinde etkin kılmaya çalışmıştır (Küçükdağ, 2004, s. 258).

Bazı tarihçiler Osmanlı Devleti'nin en kadim yapılarından biri olan Kilis Mevlevîhânesi'nin Canbolad Bey'in Mevlevî Tarikatı'na bağlılığı ve Mevlana

Celaleddin Rumi'ye olan sevgisinin sonucu olarak 1525 tarihinde yapıldığını ileri sürer (Akis-Aykan-Tektuna, 2015, s. 15; Öztürk, 2014, s. 956; Tanrıkorur, 2002, s. 8)¹.

Hammer'e atıfta bulunan Küçükdağ, Yavuz Sultan Selim'in Suriye'yi fethinden sonra Canbolad ailesi mensublarının Kilis idaresinde görevlendirildiğini belirtirken Peçevî ve Mehmet Süreyya'yı referans alarak, Kanuni Sultan Süleyman'ın İrakeyn Seferi dönüşünde Canbolad Beyi beraberinde İstanbul'a götürdüğünü ve sarayda eğitime tabi tutup onu devletin menfaatine eğittikten sonra Kilis'e gönderdiğini ifade eder. Halep ve Kilis çevresindeki eşkıyaları bertaraf eden Canbolad Bey'e Kilis'in ocaklık olarak verildiğini aktarır. Naima tarihi ve Kilisli Kadri'nin çalışmasından hareketle Canbolad Beyin, Kanuni ile ilk karşılaşmasını İrakeyn Seferi dönüşüne indirgeyen tarihçi, bu fikrini Kanuni'nin ikinci İran seferi sırasında kışı Halep'te geçirdiğini ve Canbolad Bey'in bölgedeki kırktan fazla eşkıyayı yakalatarak idam ettirmesi sonrasında cereyan eden olaylar silsilesi ile açıklamaya çalışmıştır. Kanuni bu olay karşısında hiddetlenerek olayın failinin idamını emretmiş fakat Rüstem Paşa failin Canbolad Bey olduğunu söyleyerek onun idam edilmesini önlemiştir (Küçükdağ, 2004, s. 261). Bütün bu değerlendirmeleri Mevlevîhâne'nin inşa tarihini doğru şekilde tespit etmek için yapan yazara göre İ. H. Konyalı'nın, Semahane kapısı üzerindeki sülüs yazıyı inşa kitabesi olarak algılaması neticesinde ortaya konan tarih sonraki araştırmacılar tarafından da doğru olarak kabul edilmiş ve Mevlevîhâne'nin kuruluşu genel olarak yanlış değerlendirilmiştir. Bu kapsamda aynı kitabe üzerinde çalışmalar yapan Abdulkadir Dündar'ın, söz konusu kitabenin Hicri 1312 tarihinde yapılan onarım kitabesi olduğunu ifade etmesine dayanarak, Mevlevîhâne'nin 1525 yılında kurulmuş olmasının mümkün olmadığını savunur (Küçükdağ, 2004, s. 265-266).

Canbolad Bey Cami'i vakfına ait vakfiye suretlerinde geçen "... *tekye binâ eylediğim tekye cami'i demekle ma'rûf...*" ifade ile benzer ifadelerin kullanıldığı vesikalar Mevlevîhâne'nin kurucusu üzerinden yapılan tartışmalara son verirken (VGM. 2172/41-34; VGM. 2172/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu, 6/2-1; COA. C. EV. 73/3615-01; COA. AE. SSLM. III. 370/21131-01; COA. C.EV. 62/3059; COA. C. EV. 36/1766) Küçükdağ'ın arşiv vesikaları (Küçükdağ, 2004, s. 266) ile konuya açıklık getirdiği görülür.

H. 996/M. 1587 tarihli Tapu Tahrir Defterine göre Kilis Mevlevîhânesi, Canbolad Bey'in Kilis Sancak Beyliği yaptığı dönemde inşa edilmiştir (TKGM. TADB. TTD. 171/4). Ancak Mevlevîhâne'nin inşa tarihini bulmaya çalışan Küçükdağ, Dündar'ın verdiği bilgiyi referans aldığından, tarihin bir bütünlük arz

ettiğini göz ardı ederek Canbolad Bey'in, Kanuni döneminde saraya getirilerek eğitildiği görüşüne yoğunlaşmış ve Osmanlı-Safevî çatışmasından doğan Sünnî-Şia çekişmesini konumuz bakımından doğru bir kronoloji ile değerlendirme noktasında hata yapmış gözükmemektedir. Zira sarayda eğitime tabi tutulan çocukların belirli bir yaş aralığında olması mutadır (Özcan, 1994, s. 256; Demir, 2017, s. 22). 1535 yılında Canbolad Bey'in 10 yaşında sarayda eğitimde olduğunu kabul etmemiz halinde en az 4-5 yıl sürecek eğitimin akabinde yani 1540 yılında 15 yaşında olması gerekir ki bu yaş itibari ile sancak beyi olarak atanması mümkün değildir. Saray eğitiminin başladığı ileri sürülen 1535 yılında 15 yaşında olduğunu kabul etmemiz halinde ise dönemin şartları gereği henüz sancak beyi olan birinin aynı yıl içinde Kilis Mevlevîhânesi gibi büyük bir yapıyı tamamlaması mümkün gözükmemektedir. Bölgenin siyasi durumu, Canbolad Bey'in göreve yeni başlamış bir memur olması nedeniyle maddi durumu ve dönemin inşaat sektörünün imkânları buna mani olacaktır.

Canbolad Bey'in saray eğitimini 1535 tarihinden önceki yıllarda aramak Mevlevîhâne'nin 1540'lı yıllarda kurulduğunu ispat etmek için önem arz eder. Yavuz Sultan Selim'in, Safevî Devleti ve politikalarına bakış açısı (Emecen, 2009, s. 413) ile Vezir Pirî Mehmed Paşa'nın Mevlevî ve Halvetî tarikatlarına olan ilgisi (Küçükdağ, 1994, s. 200-203) göz önüne alındığında Canbolad Bey'in, Yavuz Sultan Selim'in Mısır seferi dönüşü 1519 tarihinde (Emecen, 2009, s. 413) İstanbul'a getirildiğini düşünmek daha makul gözükmemektedir.

Canbolad Bey'in 1572'de vefat ettiği bilindiğine göre (İlgürel, 1993, s. 144) saray eğitiminin başladığı 1519'da Canbolad Beyin 10 yaşlarında olduğunu düşünmek gerekir ki, bu durumda Canbolad Bey'in yaklaşık olarak 63 yaşında vefat ettiği söylenebilir. Saray eğitiminde geçen beş yıllık sürenin akabinde yukardaki aynı amillerden 1525 yılında Canbolad Beyin Kilis Mevlevîhânesi'ni tamamlayamayacağı aşıkâr iken yukarıda zikrettiğimiz arşiv vesikaları rehberliğinde Mevlevî Tekyesi'nin Canbolad Bey'in sancak beyliği zamanında yapıldığını kabul ettiğimizden tekyenin inşa tarihini 1540'lı yıllarda aramak gerektiği görülür.

Tekye Cami'inin 1553 yılında Canbolad Bey'in sancak beyi olarak görev yaptığı dönemde yapıldığına göre Tekye Cami'î ile Tekye Mevlevîhânesi'nin inşa tarihinin birbirine yakın olması gerektiği sonucunu doğurmaktadır. Canbolad Bey ile Kanuni'nin 1553 tarihindeki karşılaşması ve Canbolad Bey'in, Rüstem Paşa aracılığı ile Kanuni tarafından affı ihtimal o ki Canbolad Bey'in Kilis ve çevresinde Osmanlı lehine yürüttüğü faaliyetlerin sonucudur.

Bu bağlamda Canbolad Bey'in sancak beyliği dönemi Kanuni ile karşılaştığı İrakeyn Seferi'nden sonraki yıllara tekabül edecektir. Zira 1519'da 10 yaşında ise

1535'te 26 yaşında olacaktır. Bu durumda dönemin koşulları göz önüne alınarak Tektuna ve Küçükdağ'ın (1541-1542) Tekyenin inşa tarihi olarak verdiği 1543 yılını doğru kabul etmek mümkün gözükmemektedir (Tektuna, 2017, s. 71)².

Tektuna, Mevlevîhâne'nin bânisi ve kuruluş tarihini verirken Çavuş-zade Ebu Bekir Ağa Vakfı Vakfiyesi'ne atıf yaparak Mevlevîhâne'nin bânisi olarak Ali Ağa'yı göstermiştir. 1692 tarihli bu vakfiye ile Evliya Çelebi'nin değerlendirmelerinde tekyenin bânisi olarak Ali Ağa'nın gösterilmesi tekyenin zaman içinde tahrip olması ve Ali Ağa tarafından tadilata tabi tutulmasından kaynaklanmıştır (Küçükdağ, 2004, s. 267).

Hicri 1255 tarihli belge, bu kapsamda değerlendirilmesi gereken arşiv vesikalarından biridir. Canbolad soyundan ve vakfın mütevellisi olan Zeynelabidin, vâkıfın, vakfiye şartında Mevlevîhâne yanında imaret tarzı bir yapıya izin verdiğine dair bir ibare olmamasını neden göstererek vakıf bünyesinde imaret yapmak isteyenlerin bu işten men edilmelerini isteyerek, bu durumun vakfiye hukukuna aykırı olduğunu bildirmektedir (COA, C. EV. 247/12312-1). Aynı şekilde vesikalarda rastladığımız Hicri 1183 tarihli belge vakfın tamir ve onarımına verilen önemi gösterirken (COA. C. EV. 36/1766) Mevlevîhâne ve Canbolad Bey Cami'î Vakfı'nın bir bütün olduğunu gösteren en önemli vesikalardan biridir.

Mevlevîhâne olarak bilinen yapı, bir kompleks şeklinde büyük bir bahçe (Akis-Aykan-Tektuna, 2015, s. 15) ve bahçe içerisinde cami, medrese ve türbe gibi yapılardan meydana gelen külliye mahiyetinde tipik bir Mevlevî Dergahı özelliği taşımaktadır. Osmanlı Dönemi arşiv belgelerinde Fena, günümüzde Tekye adını alan mahallede kurulmuş olan Mevlevîhâne'den (Küçükdağ, 2004, s. 259) ayakta kalan tek yapı kompleksin sema yapılan kısmı olmuştur (Akis-Aykan-Tektuna, 2015, s. 15). Semahanenin mimari özelliklerini tüm detayları ile incelemeye çalışan Tanrıkörur, yapının Osmanlı-Memlûk mimari özellikleri taşıdığını belirtirken semahanenin bazı kısımlarında Memlûk izlerinin ağırlıkta olduğuna dikkat çekmektedir (Tanrıkörur, 2002, s. 9-10). 1553 tarihinde Mevlevîhâne'nin hemen yanına yapılan cami şehrin kuzeyindeki son bina iken günümüzde şehrin tam ortasında kalmıştır. Bu durum Osmanlı şehirlerinin oluşumu ve Mevlevî Tekyeleri'nin bulunduğu şehirlerde konumlandırılmalarıyla paralellik göstermektedir (Küçükdağ, 2004, s. 259).

5. Canbolad Bey (Tekye Cami'î) Vakfı

Canbolad Bey tarafından Hicri 961(1553/1554) yılında inşası tamamlattırılan Tekye (Canbolad) Cami'î Vakfı Kilis'te kurulan en büyük vakıflardan biridir.

Tekye Cami'î Vakfının vakfiyesinde caminin bânisi olan Canbolad Bey vakfiyenin şartı olarak vakfın mütevellilik ve nazırlık görevini kendi soyundan gelen erkek çocukları ve onların evlatlarının en büyükleri tarafından yürütülmesini istemiştir. Erkek çocuklarının soyunun kesilmesi halinde kız çocukları evlatlarından en büyük olanın bu görevi icra etmesini, kız çocukları soyundan gelen evlatlarının da soyunun kesilmesi halinde ise vakfın mütevellilik ve nazırlık görevinin şehrin voyvodaları veya kadıları tarafından yürütülmesini vakfiye şartı olarak belirtmiştir (VGM. 2172/41-34; VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1).

Vakıfta müteveli görevini icra edecek olan kadılar için günlük 20 akçe tahsis yapılacak iken voyvoda olanların ise nazırlık görevini yürütmesi halinde günlük 15 akçe tahsisat alması vakfiye şartı olarak belirlenmiştir. Vakıf nazırının Canbolad Bey soyundan olması halinde günlük olarak alacağı ücret 21 akçe olarak belirlenmiştir. Vakıf mütevellisinin mahkeme kadısı olması halinde vakfın tamir işlerini de yürütmek şartı ile günlük 25 akçe ile görevi ifa etmesi vakfiye şartı olarak kaydedilmiştir (VGM. 2172/41-34; VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1).

Canbolad Bey Cami'î Vakfı vakfiyesinde, vakfın gelir kalemlerini oluşturan akarlar, çeşitleri ve bulunduğu yerler açık şekilde yazılmıştır. Vakfiyeden anlaşıldığına göre Canbolad Bey Tekye Cami'î Vakfına gelir getirmesi için vakfettiği akarlar Kilis, Azez, Derküş, diğer Derküş, Afrin, Safi ve Haleb'de yer almaktadır (VGM. 2172/41-34; VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1).

Vakfiyeye göre Kilis'te yer alan akarlar biri caminin yakınında diğeri Meşhedlik Mahallesinde olmak üzere iki hamam, Kilis içinde bir bahçe ve bedesten ile bedesten yakınında yüz altmış adet dükkân, bedestene bitişik bir handan oluşmaktadır (VGM. 2172/41-34; VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1).

Vakfın kurulduğu dönemde Azez sınırları içinde kalan Tibil Köyü'nde Canbolad Bey mülkü olan 9 kıt'a bostan, 2 kıt'a incir ağacı, 2 kıt'a bağ vakıf akarı olarak vakfedilmiştir. Vâkıfın, Derküş Nahiyesi'nde bulunan mülkünden 6 kıt'a bostan, 4 kıt'a bağ ile diğer Derküş Nahiyesi'ndeki mülkü olan 45 feddan çiftlik, 9000 adet zeytin ağacı ile Derküş'de bulunan mülkünden olan dükkânlar, hamam, kahvehane, saray ve değirmen vakıf akarı olarak habsedilmiştir (VGM. 2172/41-34; VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1).

Tekye Cami'î Vakfı'na gelir getirmesi amacıyla Nehr-i Afrin'de iki göz un değirmeni ve Nehr-i Safi'de iki göz un değirmeni Canbolad Bey tarafından vakıf akarı olarak kaydettirilmiştir. Ayrıca vâkıfın Halep Şehri'nde bulunan sarayı ve

gelirleri Tekye Cami'î Vakfına bırakılmıştır (VGM. 2172/41-34; VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1).

Tekye Cami'î Vakfı'nın vakfiyesinde, vakıf görevlilerinin isimleri zikredilmemesine rağmen görevin kendisi ve muhteviyatı açıkça yazıldığı gibi görevi icra edecek kişinin günlük kaç akçe ile görevlendirileceği kaydedilmiştir. Vakıflar Genel Müdürlüğü Arşivi'nden temin ettiğimiz vakfiye suretlerinden birinde günlük beş akçe yevmiye ile görevlendirilen bir kişinin görevinin yazılmadığı gibi bu kısma takabül eden kısım boş bırakılmıştır (VGM. 2172/41-34). Temin ettiğimiz suretler üzerinde yaptığımız karşılaştırmalar neticesinde söz konusu boşluğa tekabül eden görevlinin su yolcusu olduğu anlaşılmıştır (VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1). İlgili surette yer alan boşluk ihtimal o ki vesikanın kopya edildiği önceki belgenin tahribi nedeniyle okunamamış olmasından kaynaklanmış gözükmektedir. Ayrıca vakfiyenin vakıf görevlileri ve görevlilerin alacağı günlük ücretin yazıldığı kısımda yer alan *“mahkeri olan hanelerin zemin ücreti mukabilinde rugan-ı zeyt beher senede seksan batman* (VGM. 2172/41-34; VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1)” tümcesi dikkatimizi çeken diğer husus olmuştur.

Vakfiyenin şartından olan vakıf mütevellisi ve vakıf nazırlığı görevinin vakfın kurulduğu dönemde Canbolad Bey'in çocukları tarafından yürütüldüğü düşünüldüğünde bu görevlerin ifası için 21'er akçeden günlük 42 akçe tahsis edileceği görülür. Diğer vakıf görevlilerinin ödeneği ile beraber Canbolad Bey Vakfı'nın, vakıf görevlileri için günlük masrafı 152 akçe olarak hesaplanmıştır. Tekye Cami'î Vakfı Vakfiyesi'nde vakıf görevlilerinin tayini ve azli vakıf mütevellisi uhdesine bırakılarak hariçten müdahale edilmesi men edilmiştir. Vakfiye, Kilis Kadısı es-Seyid Hasan Efendi imzası ile Hicri 961 yılında sicile kaydedilmiştir (VGM. 2172/41-34; VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1).

Tablo: 1 Canbolad Bey (Tekye) Cami'î Vakfiyesinde Zikredilen Görevler ve Mukabili Ücretler (VGM. 2172/41-34; VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1).

Sıra no	Görev	Görevli sayısı	Görev mukabili ücret (Akçe)
1	Mütevellî	1	21
2	Nâzır	1	21
3	Hatip	1	8
4	İmam (sabah ve öğle namazı kaldırmak için)	1	6
5	İmam (ikindi, mağrib ve işâ namazları için)	1	6
6	Müezzin (müezzinlerin reisi)	1	4

7	Müezzin	5	15
8	Ferraş	1	4
9	Kanadil	1	3
10	Feth-hân (salât-ı gurûbdan sonra)	1	3
11	Buhurdânî	1	3
12	Cüz-hân	10	10
13	Noktacı	1	2
14	Kennâsi	1	2
15	Cârubkeş	1	4
16	Türbedâr	1	2
17	Mutemed	1	4
18	Katib	1	4
19	Neccâr	1	4
20	Câbi	1	10
21	Vâ'iz	1	5
22	Su yolcusu	1	5
23	Mektep Hocası	1	4
		Toplam görevli sayısı: 36	Yekün: 152

Tablo: 2 Canbolad Bey Cami'î Vakfına Ait Akarlar ve Türleri (VGM. 2172/41-34; VGM. 217/42-35; VGM. 607/307-430; VGM. Dolapkutusu 6/2-1).

	Kilis	Azez	Afrin	Safî	Derküş	Diğer Derküş	Halep	
Hamam	2				1			3
Bahçe	1							1
Bedestan	1							1
Dükkan	160				Sayısı belirtilmeyen dükkanlar			160+?
Han	1							1
Bostan		9 kıt'a			6 kıt'a			15 kıt'a
İncir Ağacı		2 kıt'a						2 kıt'a
Bağ		2 kıt'a			4 kıt'a			
Çiftlik						45 feddan		
Zeytin Ağacı						9000 adet		
Kahvehane					1			
Saray					1		1	
Değirmen			1	1	1			

Canbolad Bey Cami'î Vakfı akarlarına sonraki yıllarda Murtaza Ağa Cami'î Vakfı'nın da dâhil edildiği görülmüştür. Vakıflar Genel Müdürlüğündeki kaydıyla, Rumî 16 Ramazan 1312-8 Şevval 1314/Miladî 13 Mart 1895-12 Mart 1897 tarihleri arasını kapsayan ve vakıf muhasebe defterinin tahlil ve tenkidi bu noktada çok önemlidir. Söz konusu muhasebe defterinde yer alan “*Cedd-i a'lâmız Canbolad Bey'in Vakf-ı Şerifine Mülhak Murtaza Ağa Cami'î Şerifinin İki Senelik Bir Kıt'a Vâridât Defteri*” şeklindeki kayıt (EV. d. 28420/04) bu fikri doğurmaktadır. İlgili defterin sonraki sayfasında Murtaza Ağa Vakfı'ndan elde edilen iki yıllık kâr yekûn olarak yazıldıktan sonra Canbolad Bey Cami'î Vakfı'ndan elde edilen kâr ile toplanarak iki vakfın gelir-gider hesabından oluşan kâr bir bütün olarak yazılmıştır (COA. EV. d. 28420/05).

Hicri 1077/ Miladi 1666 tarihli Murtaza Ağa Cami'î Vakfı vakfiyesi incelendiğinde Murtaza Ağa'nın vakıf şartları arasında Canbolad Bey Cami'î Vakfı mütevellisinin Murtaza Ağa Cami'î Vakfı'na da mütevellilik yapacağı yazılı iken vakfın gelirlerinden Canbolad Bey Cami'î Vakfı görevlilerinden bazılarına ödenek tahsisi yapılması vakfiye şartı olarak yazılmıştır (VGM. 2172/43-36). Murtaza Ağa Cami'î Vakfı'nın mütevellisinin Canbolad Bey Cami'î mütevellisi olması ve Murtaza Ağa Cami'î Vakfı gelirinden Canbolad Bey Cami'î Vakfı görevlilerinin ödenek alıyor olması Osmanlı vakıf sistemi içerisinde Canbolad Bey Cami'î Vakfı'nın bir ünitesi olarak değerlendirilmesine neden olmuş görülmektedir. 1895-97 yıllarında tutulan vakıf muhasebe defterinde iki vakfın gelir ve gider hesabı ayrı ayrı tutulmakla beraber her iki vakfın gelir-gider dengesinden meydana gelen kâr toplanarak kaydedilmiştir (EV. d. 28420/02; EV. d. 28420/03; COA. EV. d. 28420/04; COA. EV. d. 28420/05).

Canbolad Bey Cami'î Vakfı'nın muhasebe kaydını içeren Hicri 1312-14/Miladî 1895-97 tarihli defterden anlaşıldığına göre vakfa gelir getirmesi için bahsedilen Kilis içindeki akar dükkânlardan bazıları boş iken tamamen harap olmuş dükkânların varlığı da söz konusudur (EV. d. 28420/03).

Vakfın muhasebe kaydını incelediğimizde 1895 yılı ile 1897 yıllı dükkân kiralalarında bir değişme gözlemlenmemiştir. Diğer taraftan 1895 yılında kira bedeli kiracıları tarafından ödenmiş olan üç dükkânın 1897 yılında kira getirisinin olmadığı tespit edilmiştir (EV. d. 28420/02; EV. d. 28420/03). Bu durumu dükkânın boşaltılmasından ziyade kiracının kira bedelini ödememesi şeklinde değerlendirmek daha doğru olacaktır. Zira aynı defterde ismi kaydedilen müstecir Hamza'nın çalıştırdığı su değirmeni için kira bedeli yazılmamış olması söz konusu dükkânların faal olmasına rağmen kiralalarının tahsil edilemediğini göstermektedir (EV. d. 28420/4).

Canbolad Bey Cami'î Vakfı giderleri arasında yer alan senelik 100 kuruşluk mevlüd-i şerif masrafının vakıf şartına mugayyer olduğu belirtilerek kaydedilmesi dikkat çeken bir husus olmuştur. Ayrıca tespitlerimize göre vakfın en önemli gelir kaynaklarından birini hamamlar oluşturmaktadır. İki yıllık kira getirisi 82.800 kuruş olan hamamlar vakfın gelir getiren akarları arasında en büyük paya sahiptir (EV. d. 28420/04). Bu durum Osmanlı Devleti şehirlerindeki sosyo-kültürel hayatta hamamların önemini göstermesi bakımından önemlidir.

1895-97 yılları vakıf muhasebe kaydına göre Canbolad Bey Cami'î Vakfı'nın iki yıllık geliri 155.280 kuruş olarak hesaplanırken vakfın tamir ve görevli giderleri iki yıl için 34.321 kuruş olarak hesaplanmıştır. Murtaza Ağa Cami'î Vakfı'nın iki yıllık geliri 2.800 kuruş iken gider kalemi 1.045 kuruş olarak kaydedilmiştir. Her iki vakfın gelir ve gider hesabı yapıldıktan sonra elde edilen kâr miktarı toplanarak 1895-97 yılları için Canbolad Bey Cami'î Vakfı'nın gelir-gider hesabından sonra elde edilen kâr 122.784 kuruş olarak deftere kaydedilmiştir (COA. EV. d. 28420/05).

Canbolad Bey Cami'î Vakfı'nın bilinmeyenlerini ortaya koymak adına incelediğimiz 1895-97 yıllarında düzenlenmiş vakıf muhasebe kaydını tutan kâtabin hesaplamalarda bir takım yanlışlar yaptığı saptanmıştır. Bu durumun en bariz örneğini Canbolad Bey Cami'î Vakfı'nın gelir-gider hesabından sonra elde edilen kâr ile Murtaza Ağa Cami'î Vakfı'nın gelir-gider hesabının yapılmasıyla elde edilen kârın toplamından ortaya çıkan 70 kuruşluk fark oluşturmaktadır (COA. EV. d. 28420/05).

SONUÇ

Anadolu ve Suriye arasında tampon bölge özelliği gösteren Kilis şehri stratejik konumu nedeniyle her dönemde önemini korumuştur. Tarihteki en büyük ticaret yolları arasında yer alan İpek Yolu'nun bir kolu Halep, Kilis, Gaziantep, Şanlıurfa, Diyarbakır, İran ve Orta Asya güzergahında ticaretin sürekliliğini sağlıyordu. Bu yönüyle bir ticaret merkezi olarak değerlendirebileceğimiz şehir daima büyüme ve gelişme eğiliminde olmuştur. Yavuz Sultan Selim Döneminde, Mercidabık Savaşı ile Osmanlı hâkimiyetine giren şehrin büyümesinde ve gelişmesindeki bir diğer faktör tarihin en kadim yerleşim yerleri arasında bulunan ilim ve ticaret merkezi olarak değerlendirilen Halep şehrinin hemen yanında yer almasıdır.

Şehrin merkezinde bulunan ve Canbolad Bey Cami'î Vakfı akarı olan 160 adet dükkânın yer aldığı bedesten farklı bölgelerden gelen tüccarların ticaretlerini gerçekleştirdiği bir merkez olarak kültürel etkileşimin en üst seviyeye ulaştığı alandır. Canlı bir ticaret merkezi olan bu alanda devlet

otoritesini temsil eden kurumsal yapıların yer alması pek tabidir. Şehirlerde merkezi hükümetin otoritesini temsil eden hükümet konağı ile Osmanlı toplumunda dinî, sosyal ve kültürel hayatın vazgeçilmez unsurları arasında yer alan cami kavramının vücut bulmuş haliyle Tekye Cami'î ile Kilis Mevlevîhânesi bedestenin hemen yanında yerini almıştır.

Canbolad Bey Cami'î Vakfı, bünyesinde yer alan ve kuruluşunda Safevi Tarikatının bölge üzerinde yürüttüğü faaliyetlerin etkisini kırma fikri temel etken olan Kilis Mevlevîhânesi ile Canbolad Bey Cami'î Vakfı'nın diğer ünitelerini oluşturan Tekye Cami'î, bedesten içindeki dükkânlar, han ve hamamlar ile vakfın diğer unsurları şehrin en önemli kültür merkezi olarak asırlarca varlığını sürdürmüştür. Kilis Mevlevihanesi, kuruluşundaki fikrî yapıya hizmet ile İran'ın bölge halkı üzerindeki emellerini engellediği gibi Akdeniz'e açılma düşüncesi bir devlet ideolojisi olarak kalmıştır.

Şehrin Osmanlı Dönemi ilk yöneticilerinden olan Canbolad Bey, gerek merkezi otoritenin kuvvetlenmesine yönelik yürüttüğü faaliyetleriyle gerekse de bir vakıf külliyesi şeklinde kurmuş olduğu vakıf ile Kilis'te Türk hâkimiyeti ve kültürünün yerleşmesinde önemli rol oynamıştır.

Osmanlı Döneminde, Kilis Şehri'nde tesis edilen en büyük vakıf müessesesi olan Canbolad Bey Cami'î Vakfı, sahip olduğu sermayenin hacmi ile Osmanlı vakıf sistemi içinde önemli bir yere sahip olduğu gibi bünyesinde yer alan cami, hamam, dükkân, Mevlevîhâne gibi yapılarla Osmanlı mimarisinin taşradaki önemli temsilcilerinden olmuştur.

KAYNAKÇA

I. Arşiv Vesikaları

1. TKGM. TADB. TTD. 171/4.
2. COA. AE. SSLM. III. 370/21131-01.
3. VGM. 2172/41-34.
4. VGM. 2172/42-35.
5. VGM. 607/307-430.
6. VGM. 2172/43-36.
7. VGM. Dolapkutusu, 6/2-1.
8. COA. C. EV. 73/3615-01.
9. COA. C.EV. 62/3059.
10. COA. C. EV. 36/1766.
11. COA, C. EV. 247/12312-1.
12. COA. C. EV. 36/1766.
13. EV. d. 28420/02.
14. EV. d. 28420/03.
15. COA. EV. d. 28420/04.
16. COA. EV. d. 28420/05.

II. Araştırma ve İncelemeler

1. Akgündüz, A. (1996), İslam hukukunda ve Osmanlı tatbikatında vakıf müessesesi, İstanbul: Osmanlı Araştırmaları Vakfı.
2. Akis, M. -Aykan, İ. - Tektuna, M. (2015), Kilis vakıf ve vakfiyeleri, Gaziantep.
3. Bayartan, M. (2008), “Osmanlı şehirlerinde vakıflar ve vakıf sisteminin şehre kattığı değerler”, *Osmanlı Bilimi Araştırmaları*, ss. 157-175.
4. Demir, A. (2017), “Osmanlı Devleti’nde devşirme sistemi”, *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, C. 1, S. 1*, ss. 19-27.
5. Emecen, F. (2009), “Selim I”, *DİA, C. 36*, ss. 407-414.
6. Gazzi, K. (1977), *Nehrüz-zeheb fî Tarihi Haleb, C. 4*, Beyrut.
7. Özcan, A. (1994), “Devşirme”, *DİA, C. 9*, s. 254-257.
8. Öztürk, M. (2014), “1861-1865 dönemi Halep vakıflarının muhasebesi”, *Turkish Studies*, ss. 951-966.
9. Öztürk, N. (1995), Türk yenileşme tarihi çerçevesinde vakıf müessesesi, Ankara: Türkiye Diyanet Yayınları.
10. Kazıcı, Z. (2020), Osmanlı’da Vakıf Medeniyeti, İstanbul: Kayıhan.
11. Koyuncu, M. (2022), XVII. Yüzyılda Kilis ve Havalisindeki Aşiretler (İskan ve Eşkıyalık), Kilis: KİTAM.

- 12.Konyalı, H. İ. (1968), Abideleri ve Kitabeleri ile Kilis Tarihi, İstanbul.
- 13.Köprülü, M. F. (2005), İslam ve Türk Hukuk Tarihi Araştırmaları ve Vakıf Müessesesi, Ankara: Akçağ Yayınları.
- 14.Küçükdağ, Y. (1994), Vezir-i Azam Pîrî Mehmed Paşa, Konya.
- 15.Küçükdağ, Y. (2004), “Kilis Mevlevîhânesi, vakıfları ve vakfiyeleri”, *Osmanlı Araştırmaları XXIV*, ss. 257-287.
- 16.İlgürel, M. (1993), “Canbolatoğulları”, *DİA, C. 7*, s. 144-145.
- 17.İnalcık, H. (2019), “Vakıf medeniyeti”, *Vakıflar Dergisi 80. Yıl Özel Sayısı*, s. 245-247.
- 18.Tanrıkorur, Ş. B. (2002), “Kilis mevlevîhânesi”, *DİA, C. 26*, s. 8-10.
- 19.Tektuna, M. (2017), Hurûfât defterlerine göre Kilis’te sosyal ve iktisadî hayat, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Kilis 7 Aralık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kilis.
- 20.Yediyıldız, B. (2003), XVIII. Yüzyılda Türkiye’de Vakıf Müessesesi-Bir Sosyal Tarih İncelemesi, Ankara: TTK
- 21.Yıldırım, M. A. - Akdeniz, A. (2020), Tanzimat’tan cumhuriyete Kilis’te modern eğitim, Kilis.

ENCÜMEN-İ DANIŞ'IN KURULUŞ GAYESİ VE HEDEFLERİ

Doç. Dr. Turgut SUBAŞI

*Doç. Dr. Sakarya Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi,
Tarih Bölümü Öğretim Üyesi, ORCID ID: 0000-0003-1677-0440,
subasi@sakarya.edu.tr.*

Giriş

Osmanlı Devleti'nde yeniden yapılanma sürecinin en önemli adımlarından birisi de şüphesizi ki Tanzimat Fermanının ilan edilmesidir. Tanzimat Fermanı'nın ilan edilmesiyle, Osmanlı reform tarihinde yeni bir dönem başlamış oldu. Sultan Abdülmecid bu fermanla, Osmanlı idarî, hukukî, siyasî, sosyal ve kültürel hayatında değişime gidip, böylece çöküş eşiğine gelmiş olan Osmanlı Devleti'ne yeni bir şekil vererek, onu eski gücüne kavuşturmayı hedeflemişti. Reformların uygulanışı ve sürekliliği hususunda ihtiyaç duyulan nitelikli yöneticilerin yetiştirilmesi ise eğitimin gelişmesiyle mümkün olacaktı. Her ne kadar Tanzimat Fermanında eğitime doğrudan bir vurgu yapılmamışsa da Tanzimat yönetimi kısa sürede bu eksikliğin farkına varıp, eğitime öncelik verilmedikçe, diğer alanlarda yapılacak reformlarda da beklenen sonucun alınamayacağı düşüncesiyle, eğitimde köklü bir yeniden yapılanma süreci içerisine girmiştir.

Eğitim alanındaki ilk kurumsal girişim örneği, II. Mahmut döneminde, 1838 yılında kurulan *Meclis-i Umur-ı Nafia*'dır. Bu meclis Tanzimat dönemindeki reformlara iyi bir alt yapı hazırlamıştır. II. Mahmut dönemi reform hareketlerinin yürütülmesiyle ilgili çeşitli konularda gerekli düzenlemelerin görüşülüp karara bağlandığı bu meclis tarafından bir de rapor hazırlanmıştır. Bu raporda, ilk kez “bilimsel eğitim” vurgusu yapılarak, eğitim meselesinin ulemanın kontrolünden çıkarılıp, devlet denetimine alınması benimsenmiştir. Bütün sanatları bir araya getiren bir unsur olarak bilimin, insanlığın gelişmesinde sağladığı faydalar üzerinde duran bu raporda, nasıl ki dinî bilgiler insanı ahirete hazırlıyorsa, fennî bilgiler de dünya hayatını kolaylaştıracaktır ifadesi kullanılmıştır. Mesela astronomi bilimi, denizlerdeki gemilerin seferlerini kolaylaştırıp ticareti geliştirirken, Matematik bilimi ise savaş ve askerî düzeni sağlamaktadır. Buharla çalışan faydalı araçların getirdiği kolaylıklar da modern bilimlerin ürünüdür. Dolayısıyla toplumsal kalkınmada bilimlerin gelişmesi ve yayılması sayesinde gerçekleştirilebilir. Eğer toplum çağdaş bilgiyle donatılmazsa, devletler de hedeflediği reformlardan beklenen faydayı sağlayamayacaktır. (Berkas, 2012:181)

Bilim ve eğitimin öneminin vurgulandığı söz konusu raporda ayrıca ilköğretimin düzenlenmesi, ikinci kademe olarak adlandırılan ortaöğretimlerin kurulması ve bu okullardan mezun olan çocukların *Mekatib-i Aliyye*'ye, yani yüksekokullara alınması gerektiği de belirtilmiştir. (Akyıldız,1993:224) Görüldüğü üzere bu raporla ilk defa Osmanlı eğitim sistemi üç kademeli hale getirilmiş, raporun yayınlanmasının hemen sonra da *1839'da Mekteb-i Maarif-i Adliye* ve *Mekteb-i Ulum-ı Edebiye* adında, ortaöğretim seviyesinde eğitim verecek iki tane okul açılmıştır. (Küçükler, 2012:135)

II. Mahmut döneminde atılan bu adımlar, Tanzimat döneminde daha da geliştirilmiştir. Tanzimat'tan sonra da yeni kurumların oluşturulmasına ve yeni kanunların yapılmasına devam edilmiş, eğitim işlerini düzenli ve sürekli bir sisteme bağlamak amacıyla da 13 Mart 1845'te *Meclis-i Muvakkat* kurulmuştur. Alınan karar gereği, *Meclis-i Muvakkat*, haftada iki gün toplanarak, eğitimle ilgili reformlar için plan ve projeler hazırlayıp, II. Mahmut döneminde kurulan *Meclis-i Vâlâ-i Ahkâm-ı Adliye*'ye sunacaktı. Yapılan uzun çalışmalar sonucu, meclis Temmuz 1846'da *Meclis-i Vâlâ*'ya sunduğu raporunda, eğitim sisteminin modernleştirilmesi ve İstanbul'da *Dârülfünun* adında bir üniversite kurulması tavsiyesinde bulunarak, *Dârülfünun*'un alt yapısını tamamlamak ve burada okutulacak kitapların hazırlanmasını sağlamak amacıyla da "*Encümen-i Dâniş*" adıyla bir bilim kurulunun oluşturulması gereği üzerinde durmuştur. (Bilim,1985:85) Böylece Osmanlı Devleti'nde eğitimin yaygınlaşmasıyla, hem reformların uygulanması ve sürekliliği sağlanacak, hem de sosyal, kültürel, bilimsel, ekonomik ve idarî gelişmelerin önü açılacaktır.

Bu çalışmada, Osmanlı Bilimler Akademisi olarak bilinen *Encümen-i Dâniş*'in kuruluş gayesi ve hedefleri ele alınacaktır.

1. Encümen-i Dâniş'in Kuruluşu

Tanzimat dönemine kadar Osmanlı Devleti'nde mektep ve medreseden meydana gelen eğitim kurumları, Şeyhülislamlık makamı ve dini otoritelerin kontrolü altındaydı. Ancak Tanzimat'ın başarıya ulaşabilmesi için onun getirdiği yeniliklere inanmış, eğitilmiş kadrolara ihtiyaç vardı. Eski sistem ve kadrolarla bu hedefe ulaşamayacağı, mutlaka yeni modern eğitim kurumlarının oluşturulması gerektiğine inanılıyordu.

Sultan Abdülmecid bir yurt içi gezisi sonrası, 10 Ocak 1845 yılında *Meclis-i Vâlâ-ı Ahkâm-ı Adliye*'yi ziyaretinde, Tanzimat reformlarının uygulanması hususunda yapılan çalışmaların yetersiz kaldığını dile getirerek, reformların daha çok askerî alanlara yoğunlaştığını, eğitim gibi diğer alanlardaki yeniliklerde yeterli gelişmelerin olmadığı uyarısında bulunmuştur. Reformların önündeki en büyük engelin bilgisizlik olduğunu, toplumun çok cahil bırakıldığını, bu yüzden bilgisizliğin ortadan kaldırılması için eğitim konusunda hızlı adımlar atılarak yeni okulların açılmasının gereği üzerinde durup, okullarda uygulanacak eğitimin ilkelerini de belirlemiştir. (Subaşı, 2011:754-55) Sultan Abdülmecid'in Tanzimat yönetimini sert bir dille eleştirdiği söz konusu bu ziyaretinde, eğitimin geliştirilip yaygınlaştırılması hususundaki dikkat çeken bu vurgusu, aynı zamanda *Encümen-i Dâniş*'in kuruluş gayesini de açıklamaktadır.

Sultan Abdülmecid'in, söz konusu bu iradesinde, amacının mülkün imarı, halkın saadet ve refahı ile dini kuvvetlendirmek olduğunu, ancak her nedense

halka fayda sağlayacak olan hizmetlerin ve yapılan işlerin “*semere-i hasenesinin*” görülmediğini ve ülkenin imarı, halkın eğitimi için gerekli olan ne varsa derhal yerine getirilmesini Tanzimat yönetiminden istemiştir. Bununla birlikte reformların yürütülmesinde liyakatli kimselerle yöneticilerin toplanarak, birlikte müzakere ve mütalaalarda bulunmaları, halkın bilgisizliğinin ortadan kaldırılması için ilim ve fennin kaynağı olacak, sanayinin gelişmesini sağlayacak olan mekteplerin açılmasına bir an önce başlanması gibi hususlar üzerinde de durmuştur.¹

Sultan Abdülmecid’in bu sert uyarıları ve talimatları üzerine *Meclis-i Vâlâ*, iki ay süren bir çalışma yürütmüş ve bu çalışma neticesinde, imar faaliyetlerini yürütmek üzere *Meclis-i İmar*, eğitim faaliyetlerini yürütmek için de *Meclis-i Muvakkat* adında iki yeni meclisin kurulmasına karar vermiştir. Eğitim faaliyetleri için kurulan *Meclis-i Muvakkat* hemen toplanarak detaylı bir çalışma yapmış ve acilen atılması gereken adımları içeren raporunu Meclis-i Vâlâ’ya sunmuştur. Dört başlıkta toplanan rapordaki teklifler özetle şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Sıbyan mekteplerindeki eğitim-öğretim faaliyetleri yeniden düzenlenmelidir.

2. Rüştiye mektepleri temel dini bilgileri öğretecek şekilde yeniden ıslah edilmelidir.

3. Osmanlı tebaası olsun ya da olmasın, ilim öğrenmek isteyen herkese yüksek tahsil vermek için hiçbir ilim ve fenden geri kalmayacak şekilde tam teşkilatlı bir üniversite (Dârülfünun) inşa edilmelidir.

4. Diğer maddelerde belirtilen hususlarda gereken düzenlemeleri yapmak için gerekli nizamname ve program tasarılarını oluşturmak, eğitim işlerine nezaret etmek ve bu alanda meydana gelecek güçlükleri bertaraf etmek için bir *Meclis-i Maarif-i Umumiye* kurulmalı ve işin ehli bir kişi de *Meclis-i Maarif-i Umumiye Nazırı* olarak tayin edilmelidir.

Meclis-i Muvakkat’ın önerilerinin tamamı uygun bulunmuş ve derhal çalışmalara başlanmıştır. *Dârülfünun*’un altyapısını hazırlamak amacıyla *Encümen-i Dâniş*’in kurulması da *Meclis-i Muvakkat* raporunda dile getirilmişti. *Meclis-i Muvakkat*’ın *Meclis-i Maarif-i Umumiye*’ye *Encümen-i Dâniş*’in kuruluşu ile ilgili sunmuş olduğu raporda şu noktalar üzerinde durulmuştur:

1. Kurulacak olan Dârülfünun da okutulacak ders kitapları ve bilimsel telif ve tercüme eserler hazırlamak üzere “*Encümen-i Dâniş*” adıyla bir bilimler akademisi kurulmalıdır.

¹

2. Yalnızca Dârülfünun kitapları için değil, halkın eğitilmesi için de gerekli kitapların telif ve tercümesi sade ve anlaşılır bir dille yazılmalıdır.

3. Telif ve tercüme sahiplerine emeklerinin karşılığı padişah ihsanı olarak verilmeli ve *Encümen-i Dâniş* üyeliği bir şeref payesi olmalıdır.

4. *Encümen-i Dâniş*, *Maarif-i Umumiye Nezareti*'ne bağlı olmalıdır ve yapılacak tercümeler nezaretin denetiminden geçmelidir.

Yukarıdaki öneriler doğrultusunda *Meclis-i Muvakkat*'ın yerine çalışmaları daha düzenli bir şekilde yürütmek amacıyla *Meclis-i Maarif-i Umumiye* kurulmuştur. Ahmet Cevdet Paşa Tezakir'de bu süreci şöyle anlatmaktadır; Meclis-i umumilerde önemli konular görüşülür ve bunlar arasında belki de en önemlisi Paris'in "Akademi" adlı meclisi tarzında yeni bir Cemiyet-i İlmiyenin kurulmasıdır. *Meclis-i Muvakkat*'ın tavsiye kararında olduğu gibi, dâhili üyeler ve harici üyeler her ayın başında bir gün toplanmak üzere *Encümen-i Dâniş* adıyla yeni bir Cemiyet-i İlmiyenin kuruluşuna karar verilmiştir. (Ahmet Cevdet, 1991:46-47).

Meclis-i Maarif-i Umumiye, *Dârülfünun*'un kuruluşunu beklemeden, *Meclis-i Muvakkat*'ın raporundaki teklifler doğrultusunda, *Encümen-i Dâniş*'in bir an evvel faaliyete başlamasına karar verdi. Teklif edilen 20 dâhili üye sayısının 40 olması, harici üye sayısında ise herhangi bir sınırlama olmaması ve encümene bir başkan yerine iki başkan atanması, ayrıca maaşlı çalışan bulundurmamak yerine, telif ve tercüme eser yayınlayanların çalışmalarının ücretlendirilmesi konularında önemli bir karar aldı. (Uzunköprü, 2021:51) Alınan bu karara *Encümen-i Dâniş*'in çalışma şekli, üyeleri için gerekli görülen isimler de eklenerek, sırasıyla önce Sadaret ve *Bâb-ı Meşihât*, ardından *Meclis-i Vâlâ*'nın görüşleri de alınarak, Sultan Abdülmecid'in onayına sundu. Padişah tarafından onaylanmasının ardından, 15 Nisan 1851 tarihinde *Encümen-i Dâniş*'in açılması için gerekli tüm hazırlıklar tamamlanmış oldu.

Bu çerçevede *Encümen-i Dâniş*'in kurulması için *Meclis-i Maarif-i Umumiye* tarafından bir heyet oluşturuldu. Ahmet Cevdet Paşa'nın başkanlığını yürüttüğü heyetin yaptığı çalışmalardan sonra, dört bölüm ve 26 maddeden oluşan *Encümen-i Dâniş Nizamnamesi* hazırlanarak, *Takvim-i Vekayi*'nin 1 Haziran 1851 tarihli, 449. sayısında yayımlandı. *Encümen-i Dâniş*'in kuruluşunun kamuoyuna bu şekilde duyurulmasının hemen ardından, 18 Temmuz 1851 tarihinde *Dârülmaârif Mektebi*'nin binasında, Sultan Abdülmecid başta olmak üzere, sadrazam, nazırlar, vükela ve *Encümen-i Dâniş* üyelerinin de hazır bulunduğu bir törenle *Encümen-i Dâniş* açıldı. Sadrazam Mustafa Reşit Paşa'nın açılış konuşmasından sonra *Encümen-i Dâniş* adına Ahmet Cevdet Paşa'nın hazırladığı ve ikinci Başkan Hayrullah Efendi tarafından okunan metinden sonra, dualar eşliğinde dâhili üyelere "*ruus*"ları takdim edildi. (Uçman, 1995:117).

Sadrazam Mustafa Reşit Paşa *Encümen-i Dâniş*'in açılışında, Sultan Abdülmecid'i öne çıkardığı konuşmasında, insana insanlığını bildiren, dünya ve ahiret saadetine temeli olan bilim ve eğitimin önünü açan padişahın *Encümen-i Dâniş*'i kurması ve törene bizzat katılması herkesi çok mutlu etmiştir. (Akyıldız, 2018:27) Ayrıca *Encümen-i Dâniş*'in kurulmasının kendisini de çok mutlu ettiğini belirterek, bugünkü atılan adımların semerelerinin, gelecekteki nesillere çok şey katarak, onları daha da mutlu edeceğini ifade etmiştir. (Ahmet Cevdet, 1991:56-57)

Sadrazamın konuşmasından sonra, *Encümen-i Dâniş* adına Ahmet Cevdet Paşa'nın kaleme aldığı ve ikinci Başkan Hayrullah Efendi tarafından törende okunan nutukta ise, bilim ve eğitimin gelişmesinde dilin önemi üzerinde durularak, telif ve tercüme çalışmalarıyla bilim, kültür ve dilin gelişmesinin sağlanacağı vurgulanmıştır. Hayrullah Efendi sözlerinin devamında; bilim ve eğitimle desteklenmeyen bir dilin çorak arazi gibi âtıl kalacağını ve gelişmiş devletlerin sade bir dil ile bilim ve eğitim faaliyetlerini gerçekleştirdiğini belirterek, *Encümen-i Dâniş*'in bu amaçlarla kurulduğunu ifade etmiştir. Açılış töreninde Ahmet Cevdet Paşa ve Fuat Efendi tarafından kaleme alınan “*Kavaid-i Osmaniye*” adlı sözlük padişaha takdim edilmiştir. Padişah tarafından da beğenilen bu eserin, *Encümen-i Dâniş* tarafından basılmasına karar verilmiştir. Böylece *Kavaid-i Osmaniye*, *Encümen-i Dâniş*'in yayımladığı ilk eser hüviyetini kazanmıştır. (Akyıldız, 2018:28).

2. Encümen-i Dâniş'in Çalışma Yöntemi

Encümen-i Dâniş'in nizamnamesi dört bölüm ve 26 maddeden meydana gelmektedir. (Atılgan,1999:14-22) Nizamnamenin birinci bölümü; *Encümen-i Dâniş*'in oluşturulması ve üyelerinin nasıl seçileceğini belirtmekte ve 8 kısımdan oluşmaktadır. Buna göre, *Encümen-i Dâniş*'in birinci başkanlığına Ataullah Efendizade Şerif Mehmed Efendi, ikinci başkanlığına ise, *Meclis-i Maarif-i Umumiyye* azası ve tarihçi Hayrullah Efendi tayin edilmiştir. *Meclis-i Maarif-i Umumiye* üyeleri arasından seçilecek olan her iki başkanında Arapça ya da Farsça gibi doğu dilleri ve Fransızca gibi batı diline hâkim olma şartı getirilmiştir. (Demez, 2021:44).

Nizamnamenin ikinci bölümü, *Encümen-i Dâniş* üyelerinin nitelikleri ile alakalı olup dört kısımdan oluşmaktadır. Buna göre üyelerin bilgi birikimleri eğitim, bilim ve düşüncenin gelişmesine katkı sağlayabilecek bir seviyede olmalıdır. Dâhili üyeler fen bilimlerinde yeterli olmalı ve en az bir yabancı dili iyi derecede bilmelidir. Bununla birlikte harici üyelerin Türkçe bilmeleri şart koşulmayarak, herhangi bir yabancı dil bilmeleri yeterli bulunmuştur.

Nizamnamenin üçüncü bölümünde de *Encümen-i Daniş*'in çalışma yöntemi, işleyişi ve görevi ile ilgili hususlara yer verilmiştir. Bu çerçevede *Encümen-i Daniş*'in ilk görevi, tercüme veya telif yoluyla eğitime faydalı olacak bilimsel eserlerin Türkçe olarak yazılmasıdır. Ayrıca eserlerin telif ve tercümesinde sade bir dil kullanılmalıdır.

Nizamnamenin dördüncü ve son bölümünde ise, eğitim ve kültür hayatına hizmet etmek için kurulan *Encümen-i Daniş* üyelerinin mükâfat usullerinin nasıl olacağı yer almaktadır. Nizamname tercüme faaliyetlerini, yapılacak işlerin değerine göre hiyerarşik bir düzende üç dereceye ayırmıştır. Tercüme faaliyetlerinde kendi kitabını yazarlar ya da kendi arzusuyla çeviri hizmetinde bulunanlar üçüncü derece, eğitim ve toplum adına faydalı olan bir eseri kendi arzusu yahut encümenin görevlendirmesiyle çevirenler ikinci derece ve devlet, toplum ve eğitim için yeni bir eser ortaya çıkarılırsa, bu da birinci derece olarak değerlendirilecektir. Bu çerçevede yayın hakkı ve satış gelirinin kazançları kendilerinde kalmak üzere, her üç derecede de *Meclis-i Maarif-i Umumiye*'nin eser sahiplerine belli bir ücret ödeyerek eserin satış gelirlerine sahip olma hakkı da vardı.

Nizamnamede belirtildiği gibi, *Encümen-i Daniş*'in üyeleri dâhili ve harici olmak üzere iki guruba ayrılmıştı. Dâhili üyeleri ilmiye ricali, devletin ileri gelenleri ve yüksek idari görevliler arasından seçilmişti.² Harici üyeler ise, dil bilimci, tarihçi ve Tercüme Odası memurları gibi gayrimüslim Osmanlı aydınları ile alanında uzman yabancılar arasından seçilmişti.

Encümen-i Daniş'in dâhili üyeleri arasında Sadrazam Mustafa Reşit Paşa, Hariciye Nazırı Mehmet Emin Âli Paşa, Serasker Mehmet Rüşdü Paşa, Meclis-i Vâlâ Reisi Sadık Rıfat Paşa, Şeyhülislam Arif Hikmet Bey, Ahmet Cevdet Efendi (Paşa), Sadaret Müsteşarı Fuat Efendi (Paşa), Ticaret Nazırı İsmail Paşa, Divan-ı Hümayun tercümanlarından Emin Efendi (Muhlis Paşa), Şura-ı Askeri azasından Rüşdü Molla, Meclis-i Vâlâ azalarından Yusuf Kamil Paşa ve Arif Efendi, Tercüme Odası hulefasından Ahmet Vefik Efendi (Paşa), Mekteb-i Tıbbiye Nazırı Ziver Efendi, Mekatib-i Umumiye Nazırı Kemal Efendi, Mekke payelilerinden İlyas Efendi, Amedi hulefasından Tahir Efendi yer alırken, harici üyeleri arasında ise; Avusturyalı tarihçi Hammer (Joseph von Hammer-Purgstall), İngiliz Redhouse (Sir James William Redhouse) (Subaşı, 2001:675-685), Fransız Bianchi (Bianchi Thomas Xavier) ve aralarında dönemin gayrimüslim aydınları ile tercüme kalemlerinde çalışan memurlardan İstefenaki Bey, Kerame, Kâni Paşa, Vasilaki, Hoca Agob, Aleko Efendi, Hoca Sahak, Hekim Edirneli İstefenaki,

² Nizamnamenin dördüncü bölümünde, dâhili üyelerin seçimiyle ilgili olarak, "İlmiye ricali, devlet ileri gelenleri ve yüksek idari görevliler arasından seçilmeli" denilmektedir. (Nizamname, 1280, s. 10)

Tersane tercümanı Tiryaki Bogos, patrikhane kâtibi Ermeni Logafeti ve David Efendi yer almıştır.³

Encümen-i Dâniş, Dârülfünun dan daha önce hizmete başladığı için üyelere geçici bir çalışma yeri tahsis edilmesi gerekiyordu. Bunun için *Encümen-i Dâniş'e, Dârülmaârif Mektebi* binasında uygun bir yer verilmiştir. *Encümen-i Dâniş* üyeleri, tahsis edilen bu yerde belirli günlerde yapacakları toplantılarda, görüşlerini rapor halinde veya sözlü bir şekilde *Encümen-i Dâniş* başkanlığına sunacak, başkanlıkta gelen raporları sonuca bağlanmak üzere *Meclis-i Maarif-i Umumiye* 'ye arz edecekti. Bununla beraber *Maarif-i Umumiye Nezareti* 'nce telif ve tercüme edilmesi uygun bulunan eserler, *Encümen-i Dâniş'e* bildirilecek, üyeler arasında yapılan oylamanın ardından en çok oy alan kişi, bu işi yürütmek üzere görevlendirilecekti. *Encümen-i Dâniş'in* uygun gördüğü bir eser olursa da *Meclis-i Maarif-i Umumiye* 'nin izni alınarak, üyelerden bir kişi bu işle vazifelendirilecekti. Şayet telif ve tercüme esere birden fazla üye talip olursa, eserle ilgili birkaç sayfalık bir örnek başkanlığa verilecek, gelen örnekler üyelerin onayına sunulacak, oylama sonucunda hangi eser daha fazla oy alırsa, tercüme işi de o üyeye havale edilecekti. Harici üyelerin toplantılara katılma zorunluluğu olmadığından eğitim ve bilime dair kitap ve görüşlerini raporlar halinde diledikleri gibi başkanlığa sunabileceklerdi. Eserlerin telif ve tercümesinde dikkat edilmesi gereken en önemli husus ise, özellikle fenne ait eserlerin herkesin anlayabileceği kadar saf ve temiz bir Türkçe ile kaleme alınmasıydı. Eserlerin masrafları *Meclis-i Maarif-i Umumiye* 'nin genel bütçesinden karşılanacağından, *Encümen-i Dâniş'in* bütçesinden herhangi bir harcama söz konusu değildi.

3. Encümen-i Dâniş'in Telif ve Tercüme Faaliyetleri

Basılacak yeni eserlerin toplum ve devletin yararına olacak şekilde, eğitimi geliştirmeyi hedefleyerek başlanılan çalışmalarda, dilde sadelik ve halkın anlayabileceği şekilde yabancı dilden eserlerin çevrilmesi, çevrilmeden önce *Meclis-i Maarif-i Umumiye* 'nin onayına sunulması, *Encümen-i Dâniş'in* yapacağı toplantılara üyelerin düzenli katılımının sağlanması gibi hususlara dikkat edilmiştir. *Encümen-i Dâniş*, daha ilk toplantılarından itibaren tarih, coğrafya, riyaaziye, iktisat ve doğa bilimleri gibi çeşitli alanlara ait eserlerin hazırlanması için üyelerinden gerekli çalışmaların başlatılmasını istemiştir.

Encümen-i Dâniş'in ilk çalışması⁴ Cevdet ve Fuat Paşaların *Encümen-i Dâniş* kurulmadan önce birlikte kaleme aldıkları *Kavaid-i Osmaniyye* 'dir. İlk Türkçe dil bilgisi olma özelliği taşıyan bu eser, Almancaya da çevrilmiştir. Encümenin

³ Encümen-i Dâniş, Dârülfünun, c. 1, s. 10.

çalışma faaliyetleri kapsamında bir başka önemli eser ise, Ahmet Cevdet Paşa'nın 12 ciltlik *Tarih-i Cevdet* adlı eseridir. İlk modern tarih kitabı olarak nitelendirilen eser, 1774-1826 yılları arasındaki olayları anlatmaktadır.

Kâtib Çelebi, Münecimbaşı, Naimâ ve Cevdet Paşa gibi Osmanlı tarihçileri üzerinde iz bırakan İbn-i Haldun'un *Mukaddime* adlı eseri tercüme edilen bir başka önemli eserdir. Söz konusu eser 7 cilt olup, Arapçadan Türkçeye tercüme edilmesi için Suphi Paşa görevlendirilmiştir. Tarih-i Cevdet'tin ardından tarih alanında tercüme edilen bir diğer eser de Hz. Adem'den başlayarak Roma İmparatorluğu'nun kuruluşuna kadar olan dönemin anlatıldığı *Tarih-i Umumi*'dir. Darülfünun hocalarından Mösyö Souvanie'ye ait olan eserin tercümesini *Encümen-i Dâniş*'in harici üyelerinden ve Tercüme Odası memurlarından Sahak Efendi yapmıştır.

Encümen-i Daniş'in daha çok tarih alanında faaliyet yürüttüğü görülmektedir. Bu durum *Encümen-i Dâniş*'in *Mufasssal Tarih-i Umumi* yazmak üzere, *Meclis-i Maarif-i Umumiye*'ye gönderdiği rapordan anlaşılmaktadır. Söz konusu raporda, tarih alanındaki eksikliği gidermek üzere böyle bir teşebbüsün faydaları üzerinde durulmuş, tarihini bilen devlet ve milletlerin medeniyete ulaştığı ve başarılı olduğu dile getirilmiştir. (Kayaoğlu,1998:83-87). Nitekim benzer kanaatleri taşıyan Tanpınar, söz konusu eserler arasında yeniçağ tarihi ile ilgili eserlerin de var olduğunu belirtmiştir. Tanpınar, bu eserlerin varlığı, Tanzimat yönetiminin tarih disiplini devleti siyasi ve kültürel gelişiminde önemli gördükleri kanaatindeydi. (Tanpınar,1988:144-145).

Mufasssal Tarih-i Umumi'nin yazılması için *Encümen-i Dâniş*'in hazırladığı rapor, Meclis-i Maarif-i Umumiye'ye gönderilmiştir. Gönderilen rapor burada incelendikten sonra padişaha sunulmuş ve gerekli onay alınmıştır. *Mufasssal Tarih-i Umumi*'nin hazırlanmasında ilmiyeden Ahmet Cevdet Efendi (Paşa), harici üyelerden İngiliz Redhouse, İstefenaki, Ahmet Vefik Efendi (Paşa), Molla Aziz Efendi, Mekteb-i Tıbbiye hocalarından Bogos gibi *Encümen-i Dâniş* üyeleri görevlendirilmiştir. İlk çağdan Hz. Musa'ya kadar olan kısım birinci cilt, Hz. Musa'dan Hz. Muhammed zamanına kadar olan kısım ikinci cilt ve Hz. Muhammed'den Osmanlı'ya kadar olan kısım ise üçüncü cilt olarak planlanmıştır. Ancak bu esere günümüze kadar rastlanmamıştır. Öyle anlaşıyor ki, bu çalışma teşebbüs aşamasında kalmıştır.

Tarih alanında telif ve tercüme edilen diğer çalışmalar ise şunlardır. Ahmet Ağrıbozi'nin tercüme ettiği *Tarih-i Kudemayı Yunan ve Makedonya*, Divan-ı Hümayun tercümanı Yakovaki'nin tercüme ettiği *Tarih-i Katerina*, Aziz Efendi tarafından yazılan Napolyon'un *İtalya Seferleri Tarihi*, 15 cildini Hayrullah Efendi'nin tamamladığı, 18 ciltten oluşan *Tarih-i Devlet-i Aliyye-i Osmaniye*, Ali Fuad Bey, Edhem Pertev ve Ahmet Arifi tarafından kısmi tercümesi yapılan

Joseph Francois Michaud'un *Histoire des Croisades* (Haçlı Seferleri Tarihi). Tarihi coğrafya alanında ise, Fransız coğrafyacı Conrad Malte-Brun'un *Geographie Universelle* adlı eserinin Afrika kıtasıyla ilgili kısmını Hayrullah Efendi *Küt'a-i Afrika* adıyla tercüme etmişti

Encümen-i Dâniş'in en etkili isimlerinden Sahak Efendi'nin telif çalışması olan Avrupa *Ministrolarının Tercüme-i Hali* adlı eser 4 cilt olup, Talleyrand, Metternich ve Nesselrode gibi XIX. yüzyılın en önemli Avrupalı devlet adamlarının faaliyetleri ele alınmıştır. (Tanpınar, 1988:140). Bununla birlikte Todoraki Efendi tarafından Fransızcadan çevrilen ve 1786-1796 arasında gerçekleşen olayların anlatıldığı Louis-Philippe Comte de Ségur'a ait *Avrupa Tarihi* kitabı ile Aleko Efendi'nin tercüme ettiği ve Napolyon'un son dönem savaşlarının (1813-1815) anlatıldığı *Beyan'ül-Esfar* gibi eserler de *Encümen-i Dâniş*'in tarih alanında Türkçeye çevrilmiş eserlerdir. Bunlardan başka, yine Sahak Efendi tarafından tercüme edilen, Fransız yazar Mösyö (J. Babtiste) Say'ın ekonomi ve politikaya dair *İlm-i Tedbir-i Menzil* ve Fransız yazar Ségur'un *Vücut-ı Beşerin Suret-i Terkibi* isimli eserleri de Türkçeye kazandırılmıştır.

Encümen-i Dâniş'in tarih dışında ekonomi, politika, dil ve doğa bilimleri alanlarında da eserler verdiği görülmektedir. Bu çerçevede *Encümen-i Dâniş*'in doğa bilimlerine dair hazırladığı ilk eser jeoloji alanında Fransızca yazılan ve Arapçaya tercüme edilen *İlm-i Tabâkât-ı Arz* adlı eserdir. Bu eser *Encümen-i Dâniş*'in dâhili üyelerinden Mehmet Ali Fethi tarafından tercüme edilmiştir. Tacettin Kayaoğlu'na göre bu eser, Düstur'daki nizamnamelerde *Dârülfünun*'un Ulum-u Tabiiyye ve Riyaziyye şubesine ait ders programlarında gösterilen "*İlm-i Tabakat-ı Arz*" adlı derste okutulmuştur. Bununla birlikte bu eserin eski sadrazam Mehmet Emin Âli Paşa, Serasker Mehmet Paşa, Hariciye Nazırı Keçecizade Fuat Paşa, *Encümen-i Dâniş* azasından Ahmet Cevdet Efendi (Paşa) gibi dönemin önemli devlet adamları arasında oldukça ilgi görmesi ve eserin girişine takriz yazmaları da esere gösterilen ilginin boyutlarını göstermesi açısından ayrıca önem arz etmektedir. (Kayaoğlu,1988:88) Bu çalışmalardan anlaşılabacağı üzere, *Encümen-i Dâniş*'in kuruluş hedeflerinden biri olan *Dârülfünun* için ders kitabı yayınlaması hususunda başarısız olduğuna dair yaygın kanaatler geçersizdir.⁵ Doğa bilimleriyle ilgili *Encümen-i Dâniş*'in bünyesinde tercüme edilen bir başka eser Buffon'un kaleme aldığı *Histoire Naturelle* isimli eserdir. Eseri Abdülhak Molla *Tarih-i Tabii* adıyla Türkçeye kazandırmıştır.

Encümen-i Dâniş'in bünyesinde sözlük çalışmaları da yapılmıştır. Ahmet Vefik Paşa'nın Türkçeye geçen Fransızca sözcükleri incelediği *Lehçe-i Osmani* adlı sözlük bunun en iyi örneklerinden biridir. Bununla birlikte *Encümen-i Dâniş*'in harici üyelerinden James Redhouse, hazırladığı İngilizce-Türkçe sözlüğüne, Anadolu'nun değişik yerlerindeki yerel halkın kullandığı sözcükleri eklemiştir. Böylece Redhouse, sözlük çalışmalarıyla sözlü dili yazı diline aktarmasıyla, *Encümen-i Dâniş*'in dilde sadeleşme hedefine olumlu katkılar sağlamıştır. (Yazıcı, 2005:54-55). Bununla birlikte faaliyetleri tam olarak tespit edilemese de *Encümen-i Dâniş*'in imla çalışmaları konusunda da kararlar aldığı anlaşılmaktadır. Arapça (elif) harfinin üzerinde yer alan med (~) işareti ile “A” sesi, üstün işareti (ˆ) ile “E” sesi ve Arapçada (7) ˆ ve (9) ˆ rakamlarına karşılık gelen rakamlar ile “O, Ö, U, Ü” seslerinin hatasız okunması hedeflenmiştir. (Kayaoğlu, 1988:89)

Encümen-i Dâniş'in bünyesinde tarih, dil, doğa bilimleri, siyaset ve ekonomi gibi çeşitli alanlarda yürütülen telif ve tercüme faaliyetleri çok uzun ömürlü olmamıştır. Hangi tarihte ve neden kapandığı net bilinmiyorsa da *Encümen-i Dâniş* 1862'den itibaren faaliyetlerini durdurmak zorunda kalmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Encümen-i Dâniş'in kuruluş amacı, yeni açılan okulların ders kitabı ihtiyacını karşılamak ve yeni kitaplar yazarak veya çevirerek bilim ve düşüncenin gelişimine katkıda bulunmaktır. Ayrıca dilin sadeleştirilmesi ve geliştirilmesi için de çalışılacaktı. Osmanlı Devleti'nin içinde bulunduğu sorunlardan kurtulabilmesinin tek yolunun eğitim ve bilime önem vermekten geçtiğine inanan Tanzimat yönetimi, “*Öğretmek insanı medenileştirmektir*” ifadesini kendisine şiar edindiği anlaşılmaktadır. Nitekim *Encümen-i Dâniş*'in açılışında, Ahmet Cevdet Paşa'nın kaleme aldığı ve Hayrullah Efendi tarafından okunan metinde dile getirilen “... *Medeniyete maarifin gelişmesinden başka bir şeyle ulaşılamayacağı*” ifadeleri de bunun bir göstergesiydi. Dolayısıyla Osmanlı Devleti'nin yeniden yapılanarak, çağdaş medeniyetler seviyesine çıkabilmesi, bilimlerin gelişmesi ve eğitimin yaygınlaştırılmasına bağlıydı.

Bu amaçla *Meclis-i Muvakkat*, *Meclis-i Vâlâ-i Ahkâm-ı Adliyye* sunduğu raporunda, İstanbul'da *Dârülfünun* adında bir üniversite kurulmasını ve *Dârülfünun*'un alt yapısını ve burada okutulacak kitapların hazırlanmasını sağlamak amacıyla da “*Encümen-i Dâniş*” adıyla bir bilim kurulunun oluşturulması tavsiyesinde bulunmuştur. Böylece Osmanlı Devleti'nde eğitim yaygınlaşacak, buda hem reformların uygulanması ve sürekliliğini sağlayacak, hem de sosyal, kültürel, bilimsel, ekonomik ve idarî gelişmelerin önünü açacaktı.

Encümen-i Dâniş, Paris’te elçilik yaptığı sırada Fransız Bilimler Akademisi’ni inceleyerek çok beğenen ve benzer bir akademinin Osmanlı Devleti’ne de kazandırılması gereğine inanan ve bunun için büyük bir çaba sarf eden Mustafa Resit Paşa’nın eseri idi. Resit Paşa, *Encümen-i Dâniş*’in gerekliliğini şu ifadelerle dile getirmiştir. “...eskiden bizde de ilimle uğraşanlar vardı, fakat gitgide edebiyat ve şiir revaç bulmuştur. Bu gibi eserlerle ancak bazı münevverler meşgul olabilir. Hâlbuki asrın gerektirdiği ilmin memleket ve millete yayılması lazımdır. Bu çerçevede umumi seviyeyi yükseltmek üzere bir Darülfünun tesisi ile beraber okutulacak kitapların hazırlanması için *Encümen-i Dâniş*’in kurulması gerekmektedir.” (Gencer,1994:33)

Reşit Paşa’nın bu ifadelerinden anlaşılacağı üzere, *Encümen-i Dâniş*, bilimsel ilerleme ve kalkınmanın yolunu açacaktı. Bu çerçevede *Encümen-i Dâniş*, fen bilimlerine öncelik vermesiyle beraber, Osmanlı eğitim sistemini de modern yöntemlere göre geliştirecekti. Çünkü *Encümen-i Dâniş*’in görevleri arasında sayılan dilde sadelik ve modern bilimler konusundaki amaçlarının ilmiye sınıfıyla yürütülemeyeceği açıktı. Öyle anlaşıyor ki *Encümen-i Dâniş* başta Sultan Abdülmecid, Sadrazam Mustafa Resit Paşa olmak üzere, Fuat Paşa ve Ahmet Cevdet Paşa gibi dönemin önde gelen devlet adamları tarafından medeniyetin gelişmesinde önemli bir adım olarak görülmüştür. Nitekim Sultan Abdülmecid’in “ilim ve fen” vurgusu, Mustafa Resit, Paşa’nın “kâmil insan” vurgusu, Cevdet Paşa’nın “medeniyet” vurgusu Tanzimat’ın eğitime verdiği önemin bir göstergesidir.

Encümen-i Dâniş, dilde sadeleşme ve çeviri yoluyla bilgiyi yayma ve modernleşme yolunda önemli bir aşamadır. Nitekim *Encümen-i Dâniş*’in nizamnamesinin girişinde yer alan; medeniyetin hedeflerine, bilginin yayılması ile ulaşılabileceği ve eğitimi tamamlayan ve geliştiren vasıtaları sağlaması için eğitimin gereken tüm ihtiyaçları karşılayabilen, basit bir üslupla yazılmış fenni ve bilimsel kitaplar üzerinde de ısrar edileceği (Mardin, 1991:163) ifadeleri bu amacı açıkça ortaya koymaktadır. Ancak bununla birlikte *Encümen-i Dâniş* gibi önemli bir oluşum olan bilimler akademisinin tesirini kısa sürede beklemek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. *Encümen-i Dâniş*’in hem akademik olarak yürüttüğü telif ve tercüme faaliyetleri açısından, hem de kurum olarak kendisinden sonraki reformlara iyi bir örnek teşkil ettiği açıktır.

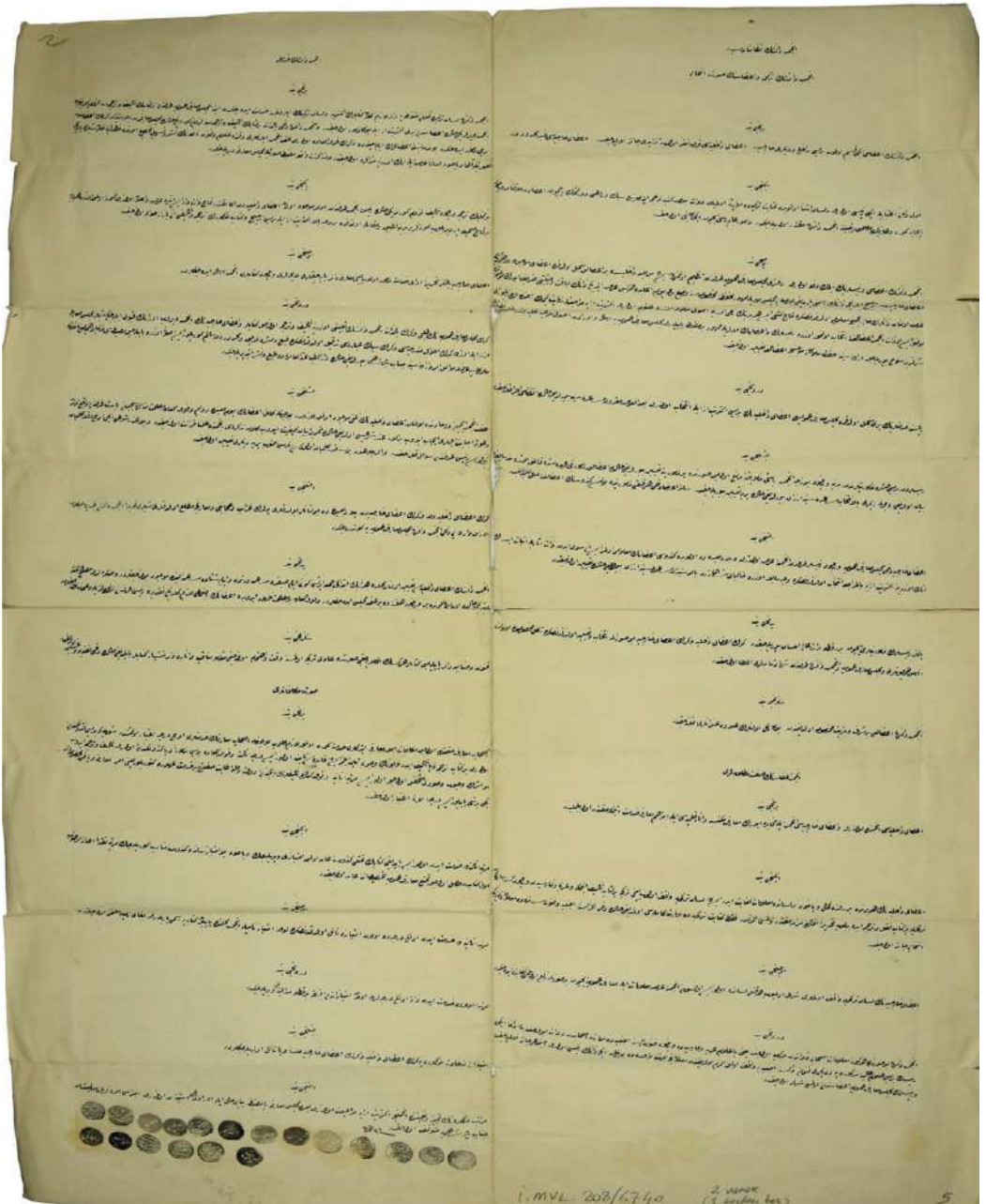
Kısacası *Encümen-i Dâniş* ile Osmanlı Devleti’nin geri kalmışlığının önüne geçilmesi ve hızla yaklaşan çöküşün durdurulması amaçlanmıştı. Tanzimat yönetimi eğitim, bilim ve düşünce de zihniyet dönüşümünü hedeflemişti ancak hedeflenen başarı sağlanamadı. Osmanlı Devleti’nde 1851–1862 yıllarında hizmet vermiş olan *Encümen-i Dâniş*, 1858 de Mustafa Reşit Paşa gibi önemli bir

desteğini kaybetmiş, 1861 yılında da Sultan Abdülmecid'in ölümüyle adeta sahipsiz kaldığından dolayı, 1862 de faaliyetlerini durdurmak zorunda kalmıştır.

EK. 1 Sultan Abdülmecid'in Bâb-ı Âli'de Yaptığı Konuşma Metni



EK. 2 Encümen-i Dâniş'in Nizamnamesi



Akyıldız, A. (2018). "İlk Türk Akademisi Encümen-i Dâniş'in Kuruluşu ve Faaliyetleri (1851-1862)", *TÜBA*, s. 56

EK. 3 ENCÜMEN-İ DANIŞ'IN DÂHİLİ VE HARİCİ ÜYELERİ LİSTESİ

Dâhili Üyeler

1. AHMET CELAL BEY
2. AHMET CEVDET EFENDİ
3. AHMET HİLMİ EFENDİ
4. AHMET VEFİK EFENDİ
5. ALİ EFENDİ
6. ALİ FETHİ EFENDİ
7. ALİ GALİP BEY
8. ARİF EFENDİ
9. ARÎF HİKMET BEY
10. AZİZ. EFENDİ
11. EMİN EFENDİ
12. EMİN PAŞA
13. ETHEM PAŞA
14. FUAT EFENDİ
15. HAYRULLAH EFENDİ
16. HOCA SAKİR EFENDİ
17. HÜSAM EFENDİ
18. İBRAHİM PAŞA
19. İLYAS EFENDİ
20. İSMAİL PAŞA
21. KEMAL EFENDİ
22. LEBİB EFENDİ
23. MEHMET PAŞA
24. MUSTAFA REŞİT PAŞA
25. NURETTİN BEY
26. NURETTİN BEY
27. OSMAN EFENDİ
28. RECAT EFENDİ
29. RİFAT PAŞA
30. RÜŞTÜ MOLLA
31. SALİH EFENDİ
32. SAMİ PAŞA
33. SUPHİ BEY
34. ŞERİF EFENDİ
35. TAHİR BEY
36. TAHSİN BEY
37. TEVFIK EFENDİ
38. YUSUF KÂMİL PAŞA
39. ZİVER EFENDİ

Harici Üyeler

1. ABDULLAH PAŞA
2. AHMET EFENDİ
3. AHMET REŞİT EFENDİ
4. ALEXANDRE BEŞİKTAŞLIOĞLU
5. ARİF BEY
6. BEHÇET BEY
7. BIANCHI
8. DAVID
9. DAVUD PAŞA
10. EBUSUUT EFENDİ
11. EMİN RIPKI EFENDİ
12. ETHEM PAŞA
13. HAMMER
14. HOCA AGOP
15. HOCA SAHAK
16. HÜSEYİN NAZIM EFENDİ
17. İSMET EFENDİ
18. KANİ PAŞA
19. MAZHAR BEY
20. NAZİF MOLLA EFENDİ
21. ÖMER EFENDİ
22. REDHOUSE
23. RÜFAE BEY
24. STEFANAKİ
25. STEFANAKİ KERAME BEY
26. ŞAKİR EFENDİ
27. TİRYAKİ BOGOS
28. VANSAN EFENDİ
29. VASILAKİ EFENDİ
30. VELİ PAŞA
31. YUSTİNİK ALEKO

KAYNAKÇA

1. Ahmet Cevdet Paşa (1991). *Tezâkir-i Cevdet*, (yay. Cavid Baysun), C.4, TTK. Yayınları.
2. Ahmet Lütî Efendi (1328). *Tarih-i Lütî*, (yay. Abdurrahman Şeref), C.8, Dersaadet.
3. Akyıldız, A. (1998). *Osmanlı Merkez Teşkilatında Reform*, İstanbul, Eren Yayıncılık.
4. Akyıldız, A. (2018). “İlk Türk Akademisi Encümen-i Dâniş’in Kuruluşu ve Faaliyetleri (1851-1862)”, *TÜBA*.
5. Arslan, F. (2009) “Encümen-i Daniş ve Osmanlı Aydınlanması”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (11), 422-441.
6. Atılgan, E. (1999), *Tanzimat’tan Sonra Kurulan İlmi Cemiyetler*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
7. Berkes, N. (2012), *Türkiye’de Çağdaşlaşma*, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
8. Bilim, C. (1985). “İlk Türk Bilim Akademisi: Encümen-i Daniş”, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 3 (2).
9. Cevad, M. (2001). *Maarif-i Umumiye Nezareti Tarihçe-i Teşkilat ve İcraatı: XIX. Asır Osmanlı Maarif Tarihi*, (haz. Tacettin Kayaoğlu), Yeni Türkiye Yayınları.
10. Chambers, R. (1976). “The Encümen-i Daniş and Otoman Modernization”, *VIII. Türk Tarih Kongresi Bildiri Kitabı*, C.2, TTK Basımevi, 1283–1289.
11. Demez, N. (2007). *Osmanlı İmparatorluğu’nda Yenileşme Hareketleri ve Çeviri: Encümen-i Daniş Örneğinde Tanzimat Dönemi Çeviri Yaklaşımları*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batı Dilleri ve Edebiyatları Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
12. Gencer, A. (1994). “Encümen-i Daniş ve Mustafa Reşit Paşa”, *Mustafa Reşit Paşa ve Dönemi Semineri-Bildiriler (Ankara 13–14 Mart 1985)*, TTK Basımevi, Ankara.
13. Karal, E. (1995). *Osmanlı Tarihi VI*. TTK. Basımevi, Ankara.
14. Kayaoğlu, T. (1998). *Türkiye’de Tercüme Müesseseleri*, Kitapevi Yayıncılık.
15. Küçükler, O. (2012). “Encümen-i Daniş’in Kurumsal Yapısı”, *Amme İdaresi Dergisi*, 45(2)
16. Küçükler, (2016). *Osmanlı Devleti’nde Eğitimde Modernleşme ve Encümen-i Daniş*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yakınçağ Tarihi Ana Bilim Dalı Doktora Tezi.

17. İhsanoğlu, E. (1992). “Tanzimat Öncesi ve Tanzimat Dönemi Osmanlı Bilim ve Eğitim Anlayışı”, *150. Yılında Tanzimat*, ed. Hakkı Dursun Yıldız, TTK Yayınları, Ankara.
18. Mardin, Ş. (1991), *Türk Modernleşmesi*, İletişim Yayınları.
19. Subaşı, T. (2011). “Tanzimat Döneminde Eğitim Alanında Yeniden Yapılanma: Maarif-i Umumiye Nezareti’nin Kuruluşu”, INTE 2011-International Conference New Horizons in Education - 2011, Proceedings Book, Guarda/Portekiz, 2011, s. 750-760.
20. Subaşı, T. (2001). “Sir James William Redhouse (1811-1892): A Brief Outline of His Life and Works”, Pax Ottoman, Studies in Memoriam Prof Dr. Nejat Göyünç, ed. Kemal Çiçek, SOTA and Yeni Türkiye Yayınları, 675-685.
21. Pakalın, M. (1993). *Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, MEB. Yayınları.
22. Tanpınar, A. (1998), *19. Asır Türk Edebiyatı Tarihi*, Çağlayan Kitapevi, İstanbul.
23. Uçman, A. “*Encümen- Daniş*” DİA, C.11, 176-178.
24. Uzunköprü, B. (2021), *Tanzimat ve Erken Cumhuriyet Dönemlerinde Çeviri Faaliyetleri ve Modernleşme: Encümen-i Daniş ve Tercüme Bürosu Örneklerinde Modernleşme ve Çeviri İlişkisi*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çeviribilim Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
25. Yazıcı, M. (2005). *Çeviribilim Temel Kavram ve Kuramları*, Multilingual, İstanbul.

ÖRGÜTLERDE KARANLIK ÜÇLÜ: MAKYAVELİZM, NARSİZİZM VE PSİKOPATİ

Tolga ALTINTAŞ¹

İsa İPÇİOĞLU²

1(Araştırma Görevlisi) Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi,

ORCID: 0000-0003-0765-6195

2(Prof. Dr.) Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

ORCID: 0000-0002-6912-3290

1.GİRİŞ

Örgütlerin gelişimine ve sürekliliğine katkı sağlayan en önemli unsurun “insan” faktörünün olduğunun anlaşılmasından itibaren çalışmalar bu faktörü açıklamaya çalışmaktadır. İnsanı anlama ve onu belirli amaçları sevk etmenin temelinde ise kişilik konusu yatmaktadır. Bu zamana kadar kişilik üzerine yapılan kimi çalışmalar kişiliğin nasıl oluştuğuna kimi çalışmalar da kişiliğin olumlu yönlerine odaklanmıştır. Costa ve McCrae (1985) tarafından geliştirilen “Beş Faktör Kişilik Kuramı” ve Ashton vd. (2004) tarafından geliştirilen “Altı Faktörlü Kişilik Kuramı” bireylerin olumlu özelliklerine odaklanmıştır. Ancak kişiliği açıklamak için olumlu özellikler yeterli olmamaktadır. Örgütlerde aynı zamanda olumsuz davranışlar sergileyebilen karanlık kişilik özelliklerine sahip bireyler de bulunmaktadır. Paulhus ve Williams (2002) tarafından ortaya atılan karanlık üçlü kavramı; Makyavelizm, narsisizm ve psikopati boyutlarından oluşmaktadır. Manipülatif davranışlar, kendini beğenme ve duygusal soğukkanlılık kavramlarının üç boyutta da ortak olması nedeniyle bu kavramlar “karanlık üçlü” olarak kullanılmaktadır. Örgütlerde karanlık üçlü özelliklerine sahip kişilerin kendi amaçları için örgütün diğer unsurlarını kullanması ve diğer çalışanlar ile sahte ilişkiler kurması uzun vadede örgüt için yıkıcı sonuçlara neden olabilmektedir. Dolayısıyla bu kavramların daha iyi anlaşılması örgüt içindeki koordinasyon sağlanması ve güven iklimi yaratılması açısından önemlidir.

2.KİŞİLİK

Robbins ve Judge (2003) tarafından ileri sürüldüğüne göre; kişilikle ilgili yapılmış en eski tanım Gordon Allport tarafından yapılmıştır. Allport kişiliği; çevresine uyum sağlayan, çevreye uyum esnasında kendine has uygulamaları olan, bireye ait dinamik bir organizasyon olarak ifade etmiştir. Bireyin çevreye uyum sağlarken, bireysel karakterini de ortaya koymaktadır. Kişiliğin farklı tanımlamaları mevcuttur. Cüceloğlu (1996), kişiliği; bireyin iç ve dış dünyası ile kurduğu süreklilik gösteren ilişki olarak belirtmiştir. Aiken (1993), bireye ait fiziksel ve sosyal özelliklerin tamamı olarak kişiliği tanımlamıştır. Nyhus ve Pons (2005), kişiliği; bireylerin davranışlarındaki farklılıklar olarak ifade etmiştir. Kişinin beklentileri, algıları ve tutumları üzerinde etkisi olan düşünce, duygu ve davranış şekilleri kişilik olarak açıklanmaktadır (Khatibi ve Khormaei, 2016). Diğer bir tanıma göre kişilik; bireyin çevreye karşılık vermesinde etkili olan kişisel faktörleri ifade eden düşünme ve davranış biçimleridir (Kaiser ve Hogan, 2011: 220). Serbest (2018) kişiliği; özgür davranışlarda bulunmasını sağlayan duygu, düşünce ve bireyleri birbirinden ayıran özellikler olarak ifade etmiştir. Bu tanımlara ek olarak Petrova (2008), duygu ve düşüncenin, farklı durumlarda farklı davranışlar yaratmasına etkisi olarak kişiliği tanımlamıştır. Kişilikle ilgili

ortaya atılmış birçok tanım bulunmaktadır. Bu tanımlar arasında benzer ve farklı yönler bulunmaktadır ancak tüm tanımlarda amaç; kişiliği açıklamaktır.

Kişiliği oluşumunda etkili olan faktörlere bakıldığında dört faktörün etkili olduğu ifade edilmiştir (Eroğlu, 2009). Bunlar; genetik faktörler, aile faktörleri, coğrafi faktörler ve sosyo-kültürel faktörlerdir. Bireyin boyu, beden yapısı gibi özelliklerinin genetik faktörlerle ilgili olduğunu söylemek mümkündür (Özkalp ve Kirel, 2013). Ayrıca aile üyelerinin davranışlarının aile içindeki diğer üyeler tarafından kabul edilip, uygulanmaktadır. Dolayısıyla anne, baba ve diğer aile üyelerinin kişiliğin oluşumunda etkisi vardır (Martin ve Fellenz, 2010). Birey gelişip, toplum içine karıştıktan sonra yaşadığı toplumun kültürel yargılarından etkilenmektedir. Bireyin tutum ve davranışları kültürel değerlere göre şekillenebilmektedir (Shweder, 1991). Ayrıca bireyin yaşadığı bölgenin iklimi de onun kişiliği üzerinde farklılıklar oluşturmaktadır. Soğuk iklimlerde yaşayan bireyler daha sert mizaca sahipken, sıcak iklimlerdeki bireyler daha yumuşak karaktere sahiptir (Girgin, 2007).

Kişilikle ilgili belirli başlı kuramlar geliştirilmiştir. Araştırmacılar kuramları geliştirirken kişiliğin farklı yönlerine eğilmişler ve analizlerini de bu bağlamda gerçekleştirmişlerdir. Bazı kuramlar kişilikle ilgili klinik çalışmaları esas alırken, bazıları sosyal değişkenleri bazıları da matematiksel verileri esas almışlardır. Ayrıca bazı kuramlar kişiliğin nasıl oluştuğuna odaklanırken bazıları tutum ve davranışlara odaklanmıştır (Güney, 2006). Kişilikle en çok bahsedilen kuramların başında ‘‘Beş Faktör Kişilik Kuramı’’ ve ‘‘Altı Faktör Kişilik-Hexaco Kuramı’’ gelmektedir. Aşağıda ‘‘Beş Faktör Kişilik Kuramı’’ ve ‘‘Altı Faktör Kişilik- Hexaco Kuramı’’ hakkında bilgiler verilmektedir.

2.1. BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK KURAMI

Beş faktör kişilik kuramı ile çalışmalar 1936 yılında Allport, 1943 yılında Cattell tarafından yapılmıştır. McCrae ve Costa, (2007: 116), beş faktör modeli ölçeğini 1985 yılında Costa ve McCrae tarafından geliştirildiğini ifade etmektedirler. ‘‘Beş Faktör Kişilik Kuramı’’ kişiliğin boyutlarını ortaya çıkarmayı amaçlayan psikolojik araştırmalardan meydana gelmiştir. ‘‘Büyük Beş’’ olarak da bilinen modelde beş kişilik boyutu tespit edilmiştir. Bu beş boyut; dışadönüklük, duygusal dengesizlik, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık olarak ifade edilmektedir (Spain vd., 2014: 35).

Dışadönük kişiler, sosyal ilişkileri güçlü, enerji düzeyi yüksek ve konuşmayı seven kişiler olarak tanımlanmaktadır (McShane ve Von Glinow, 2005). Fleeson vd. (2002), kişilerin dışadönük davranış özelliklerini gösterdikçe yaşamlarında daha mutlu olduklarını belirtmektedirler. Dışadönük kişiler satış alanında başarılı olmakla birlikte içedönük kişilere göre iş performansının daha yüksek olduğu

görülmektedir (Griffin ve Moorhead, 2011). Duygusal dengesizlik, bireylerin kaygı ve öfke gibi negatif duygulara eğilimli olmaları olarak belirtilmektedir (Costa ve McCrae, 1992). Duygusal dengesizlik düzeyi yüksek bireyler, stresli durumlarda sorun yaşarlar, kötümser bakış açısıyla problemlere fazla tepki vermektedirler (Yurdakul, 2019: 16). Kişiliğin uyumluluk boyutu; yardımsever, dürüst ve arkadaş canlısı kişileri temsil etmektedir (Digman, 1990). Uyumluluk düzeyi yüksek olan kişiler iş hayatlarında ve sosyal hayatlarında iyi ilişkiler kuran, başarılı olan kişilerdir. Ayrıca bu kişiler kötü alışkanlıklara daha az meyillidir (Hashemi ve Yusefi, 2015). Sorumluluk düzeyi yüksek kişiler, bir iş yapmadan önce titizlikle hareket etmektedirler (Costa ve McCrae 1992). Bu kişiler disiplinli, etik kurallara riayet eden, verimli çalışan ve yüksek iş performansı gösteren kişilerdir (Barrick vd., 1993). Deneyime açıklık bir diğer beş faktör kişilik özelliklerindedir. Bu kavrama "gelişime açıklık" olarak da rastlamak mümkündür. Deneyime açıklık düzeyi yüksek olan kişiler, meraklı, bağımsız hareket etmeyi seven ve yaratıcıdır. Yeni deneyimlerden ve yeni duygulardan kaçınmazlar (Costa ve McCrae, 1985).

Bu boyutların her biri karanlık üçlü değişkenleri ile ilişkilidir. Örneğin, hem makyavelizm hem de psikopati sorumlulukla negatif ilişkiliyken, narsisizm ve psikopati deneyime açıklık ve dışadönüklük ile pozitif ilişkilidir. Makyavelistlerin hedef ve amaçlarına ulaşmak için disiplinli bir şekilde çalışarak sorumluluk sahibi olabilecekleri düşünülmektedir ancak makyavelistler etik değerlere riayet etmedikleri için sorumluluk boyutuyla negatif ilişkiye sahip olduğu söylenebilmektedir. Ayrıca, narsisizm ve makyavelizm, duygusal dengesizlik ile pozitif olarak ilişkilidir, ancak psikopati duygusal istikrarla negatif olarak ilişkilidir (Paulhus ve Williams, 2002).

2.2. ALTI FAKTÖRLÜ KİŞİLİK KURAMI- HEXACO MODELİ

Beş Faktör kişilik modeli temel alınarak Ashton vd. (2004) tarafından geliştirilen bu modele, altı faktörlü kişilik modeli adı verilmiştir. Kişiliğin beş faktörüne ek olarak dürüstlük boyutunu eklemişlerdir. Dürüstlük boyutu karanlık üçlünün tüm değişkenleri ile oldukça ilişkilidir (Lee ve Ashton, 2005: 1573). Dürüstlük boyutu tevazu ve adalet gibi kavramları barındırır. Bu kavramlar karanlık üçlüde olmaması sebebiyle dürüstlük boyutunun karanlık üçlü değişkenleriyle negatif ilişkiye sahip olduğu belirtilmektedir (Muris vd., 2017).

Beş faktörlü kişilik kuramı kişilerin karanlık özelliklerini kapsamadığı belirtilmektedir (Harms ve Spain, 2015). Çok sayıda araştırmacı beş faktörlü kişilik kuramının kişiliğin aydınlık yönüne odaklandığını ve güdüler, amaçlar gibi kişisel farklılıkların bu kuramın kapsamı dışında kaldığını belirtmişlerdir. Bu yüzden örgütsel davranış alanında beş faktör kuramın ötesine giderek kişiliğin

karanlık yönlerine odaklanmak önemli bir girişim olarak değerlendirilmektedir (Spain vd., 2014: 41).

Karanlık üçlü ve altı faktörlü kişilik kurumu boyutları arasındaki çalışmalara bakıldığında; narsisizm ve dürüstlük arasında negatif yönlü ve güçlü bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Benzer şekilde Makyavelizm ve psikopati değişkenlerinin dürüstlük boyutu ile negatif yönlü ve güçlü bir ilişkiye sahip olduğu görülmektedir (Lee ve Ashton, 2005: 1579). Altı faktörlü kişilik kuramının diğer boyutları beş faktör kişilik kuramı boyutları ile aynıdır. Bu boyutların karanlık üçlü değişkenleri ile ilişkisini ölçmek için yapılan çalışmalarda elde edilen bulgular (Paulhus ve Williams, 2002) tarafından yapılan çalışmalarla benzerdir. Narsisizm ve deneyime açıklık arasında pozitif yönde ve orta düzey ilişkiler olduğu ortaya konmuştur. Psikopati ve sorumluluk boyutu arasındaki ilişki negatif yönde ve orta düzey olarak saptanmıştır. Dışadönüklük ve psikopati arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Lee ve Ashton, 2005, 1578).

Yapılan çalışmalar, karanlık olarak ifade edilen kişilik özelliklerini diğer kişilik özelliklerinden ayıran faktörleri açıklamaya çalışmıştır. Ortak sonuca göre; karanlık özelliğe sahip bireyler hem özel hem de iş hayatlarını düzgün bir şekilde devam ettirememektedirler. Karanlık kişilik özellikleri bireyin stresli dönemlerinde daha yoğun bir şekilde ortaya çıkar ve bireylerin sosyal kuralla uygun olmayacak şekilde davranmasına neden olur (Hogan ve Hogan, 2001: 48).

3. KARANLIK ÜÇLÜ

Karanlık üçlü kavramı Paulhus ve Williams (2002) tarafından ortaya atılmış ve makyavelizm, narsisizm ve psikopatinin kişiliğin karanlık yönünü oluşturan üç boyut olduğunu ileri sürmüşlerdir. Karanlık kişilikler normal ve hasta kişiliğin arasında konumlanmaktadır (Harms ve Spain, 2015: 17). Makyavelizm, narsisizm ve psikopati kişilik özellikleri birlikte ele alınarak bu üçlüye “karanlık üçlü” adı verilmektedir. Bu durumun nedeni bu üç kişilik özelliğinin birbirine benzer niteliklere sahip olması ve aralarında ilişki saptanmasıdır (Paulhus ve Williams, 2002: 560). Makyavelizm, Narsisizm (subklinik) ve Psikopati (subklinik) boyutlarından oluşan karanlık üçlüye göre makyavelizm; kişilerin menfaatleri doğrultusunda bütün normları görmezden gelerek aldatmaya yönelik davranışlar sergilemesidir. Narsisizm; kişilerin ben merkezli olması, diğer kişilerden üstün görmesi ve bencil tavırlar göstermesidir. Psikopati de suç işleme eğilimi olan, manipülatif davranışlar sergileyen ve acımasız kişileri tanımlamak için kullanılmaktadır (Paulhus ve Williams, 2002: 556).

Karanlık üçlü kişileri özellikleri; hilekâr davranışlar (Makyavelizm), kendini üstün görme (narsisizm) ve duygusuz, düşmanca tavırlar (psikopati) etrafında

gerçekleşir. Bu durumun topluma yansması menfaatçi ilişkiler ve bencil tutumlar şeklinde gerçekleşmektedir (Baugman vd., 2014: 47).

Kişiliğin karanlık yönüne odaklanan kişilik özellikleri iki bakış ekseninde açıklanmaktadır. Birincisi, karanlık kişilik özelliklerini istenmeyen davranışlar olarak tanımlayan geleneksel yaklaşımdır. İstenmeyen kişilik özellikleri narsisizm, makyavelizm ve psikopati olarak dikkat çekmektedir (Furnham vd., 2013: 299). İkincisi, karanlık kişilik özelliklerini bireysel anlamda olumlu olduğunu ancak toplum ve grup üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğunu ifade eden evrimsel yaklaşımdır. (Jonason vd., 2015: 43).

Karanlık kişilik özelliklerine sahip bireyler toplumda ön plana çıkmak ister, soğuk ve saldırgan davranışlar gösterirler. (Cairncross vd., 2013: 691). Aynı zamanda bu kişilik özelliklerine sahip bireyler sahtekârlık ve ikiyüzlülük ile ifade edilir; sakın ve faydalı yaşam yerine sömürü üzerine bir yaşam kurmaktadırlar (Aghababaei ve Blachnio, 2015: 365).

Kanten vd. (2015: 367) karanlık üçlüyü, bireylerin iş ve sosyal hayatlarında davranışların belirleyen kişilik bozukluğu olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda karanlık üçlü kişilik özelliklerine sahip bireyler başkalarıyla iyi ilişkiler kurmak yerine ön plana çıkma çabasıdadır (Rauthmann ve Kolar, 2013: 622).

Makyavelizm, narsisizm ve psikopati, kişilerin arzuladığı amaçlar uğruna başka bireylerin ya da grupların kullanılmasına imkân veren araçsal bir sosyal etkileşim tarzı olarak belirtilebilir (Semenyna ve Honey, 2015: 37). Karanlık üçlü kişilik özelliğine sahip bireyler anti sosyal olmalarına rağmen kişisel amaç ve hedeflerine ulaşmak için çeşitli taktikler kullanmaktadır (Jonason ve Webster, 2012). Bu yüzden sosyal hayatta ya da iş yaşamında karanlık üçlü özelliklerinin her biri farklı manipülasyon stratejileri olan bireylerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Jonason ve Schmitt, 2012).

Karanlık üçlü kişilik özellikleri birbirinden farklı niteliklere sahip olsa da aralarında benzerlikler bulunmaktadır. Üçü de sosyal açıdan baskın karakter olmayı ister ve kendi amaçları uğruna diğer bireyleri sömürme eğilimindedirler. Ancak bu davranışların nedeni farklıdır. Narsistler diğer bireyler tarafından övgü almak için baskın olmayı isterken, makyavelistler ve psikopatlar için baskın karakter olmak temel amaçtır. (Thomaes ve Brummelman, 2016).

Karanlık kişilik özelliklerinin olumsuz sonuçlara neden olduğu çalışmalarla ortaya konmuştur. Makyavelistler, düzenli olarak yalan söyleme eğilimindedirler (Kashy ve DePaulo, 1996). Narsist kişilik özelliklerine sahip bireyler sadakatsiz, egoist ve düşmanca tavırlar sergileme eğilimindedir (Miller vd., 2010). Psikopatlar tecavüz ve adam öldürme de dâhil çok sayıda suça eğilim göstermektedir (Megargee, 2009). Bu bağlamda karanlık üçlü kişilik özelliklerine sahip bireylerin örgütsel anlamda da olumsuzluklara yol açacağı

söylenilmektedir. Bu bireyler çıkar ve güdülerine ulaşmak için örgütsel düzeni bozabilmektedir (O'Boyle vd., 2012: 4).

3.1. MAKYAVELİZM

Makyavelizm kavramı adını İtalyan yazar İtalyan yazar Niccolò Machiavelli'den almıştır. Yazar, 1513 yılında yayınladığı ‘‘Prens’’ adlı eserinde devlet yönetimine dair düşüncelerini paylaşmıştır. Bu eserde devlet yönetiminde düzen ve otoritenin sağlanması adına hile, aldatma ve manipülatif davranışların sergilenebileceği ifade edilmiştir (Jones ve Paulhus, 2014). Makyavelizm kavramına yönelik ilk bilimsel çalışmalar Christie ve Geis (1970) tarafından yapılmıştır (Miller vd., 2015). Bireysel amaçlara ulaşmak için manipülasyonu uygulayan kişiler makyavelist olarak adlandırılmıştır (Christie ve Geis, 1970).

Manipülasyon makvayelist kişilerin en belirgin özelliklerinden biri olarak göze çarpmaktadır (Paulhus ve Williams, 2002: 556). Makyavelizm özelliklerini taşıyan bireylerin başkalarını manipüle etme isteğinin baskın olduğu ve bunda da başarılı olduğu görülmektedir (Wilson vd., 1996: 286). Makyavelist kişiler dürüst bireylerin kendi hayatlarında amaçlarına ulaşamayacağını, başarıyı yakalayamayacağını düşünmektedir. Dolayısıyla kendileri hedeflere giden yolda manipülasyonu en iyi araç olarak görmektedir (Hyla, 2012: 2765). Makyavelistler, hileci davranışlara başvururken aynı zamanda insan doğasının güvenilmez olduğunu düşünür. Örgüt içinde sinik davranışlar sergiler, yüzeysel ilişkiler kurar, amaçlara ulaşmada strateji ve taktikler geliştirerek kuralları çiğnemekten çekinmezler (Christie ve Geis, 1970). Makyavelist eğilimi yüksek olan kişiler kendi zayıf yönlerini saklarken diğer kişilerin zayıf yönlerini ortaya çıkarır. Yaşanan olaylarda karşı tarafı suçlar ve duygusal açıdan oldukça soğukturlar (Wai ve Tiliopoulos, 2012: 794).

Makyavelistler karşı tarafın zaafalarını görebilme ve ondan faydalanma beceresine sahiptirler. Sosyal etkileşimde bulunduğu kişilere karşı onların duygu ve düşüncelerine duygusuzdurlar. Manipülasyonun her koşulda manipüle edilmekten daha yararlı olacağına inanmaktadırlar (Wai ve Tiliopoulos, 2012: 794). Ayrıca makveliyestler, ahlaki seviyeleri düşük olmasına rağmen, gerekli durumlarda ahlaki tavırlar göstermenin hedef ulaşmak için doğru araç olacağını savunmaktadırlar (Den Hartog ve Belschak, 2012: 36). Bu yüzden, makyavelistler her zaman hile ve aldatmaya başvurmazlar zaman zaman işbirlikçi faaliyetlerde bulunurlar (Wilson vd., 1996: 295).

Makyavelistler şahsi menfaatleri için çalışan, güç odaklı, işlerinde motivasyonu düşük ve ikili ilişkilerde uyumsuz bireyler olarak tanımlanmaktadır (Rauthmann ve Kolar, 2012: 885). İşletmelerde makyavelist kişiler, diğer bireylerin kazanımlarına ve dağıtımlarına karışarak manipülatif tavırlar sergiler

ve ahlak dışı davranışlara başvururlar (Schermerhorn vd., 1995). Makyavelist eğilimi yüksek olan yöneticiler iş hayatlarında politik davranışlarda bulunarak çalışanlarla yakın ilişkiler kurmaktadır. Bu sayede yönetsel anlamda güç kazanırlar ve örgütü yönlendirebilirler (Porter vd., 1981). Bu kişiler başkalarını aldatmaktan ve manipüle etmekten ilginç bir zevk duyarlar (Spain vd., 2014: 42). Makyavelizm özellikleri taşıyan kişiler iş hayatlarında başarılı olsalar bile işe olan aidiyetleri oldukça düşüktür (Mudrack, 1989).

3.2. NARSİZİZM

Narsisizm kavramı mitolojik bir hikâye olan Narkisoss'dan gelmektedir. Kavram; kişinin kendini beğenme ve sevmesini hayatının geneline yansıtmasını ifade bir kişilik bozukluğu olarak ifade edilmektedir (Thomaes vd., 2008: 382). Freud, bu efsaneyi temel alarak ‘ ‘On Narcissism An Introduction” adlı makalesinde narsisizmi bir kişilik özelliği tanımlamıştır. Günümüzde kişinin kendini aşırı derecede beğenmesi olarak ifade edilen bir kavram olarak kullanılmaktadır (MacDonald, 2014). ‘ ‘Öz-severlik” ifadesi de narsisizmi tanımlamak için kullanılmaktadır. Narsistler kıskanç, eleştiriye tahammülü olmayan ve saldırmaya eğilimli bireylerdir (Özsoy ve Ardıç, 2020). Narsisizmin karmaşık bir yapıda olduğu belirtilmektedir (Andreassen vd., 2017: 288). Literatürde narsisizmin aşırı özgüven ve benlik saygısına karşılık geldiğine dair ortak bir anlayış hakimdir (Brummelman vd., 2016: 8). Bunun yanında narsistler, başkaları tarafından takdir edilme arzusuna sahiptirler (Sheldon ve Bryant, 2016: 91).

Narsistler kendilerini seven ve aynı zamandan teşhir etmekten çekinmezler (Raskin ve Terry, 1988). Ayrıca narsistler, fiziksel görünüme önem vermekte ve diğer bireyleri küçük görmemektedir (Marshall vd., 2015: 36). Bazı araştırmacılar narsistlerin kendileriyle aşırı ilgilenmesinden dolayı ahlaki duyarlılık seviyelerinin düşük olduğunu ifade etmektedir (Campbell vd., 2010: 274).

Narsisizm başta klinik düzeyde bir kişilik bozukluğu olarak görülürken zamanla narsisizm kişilik tipi olarak tanımlanmıştır. Birçok araştırmacı narsisizmi sağlıklı (özgüven) ve sağlıklı olmayan (kendini beğenmiş) olarak ayırmaktadır. Narsistler kazanımlarını abartır, eleştirileri geri çevirir ve ilişkilerinde sadece kendilerine hayranlık besleyenleri tercih eder (O'Boyle vd., 2012: 6).

Narsistler kısa vadede kendilerine olan ilgileri sebebiyle diğer kişiler tarafından hoş karşılanılmaktadırlar. Ancak uzun vadede durumun böyle olmadığı ortaya çıkar, ikili ilişkilerinde sorunlar meydana gelir ve güvensizlik yaratırlar. Daha da ileri giderek karşısındaki bireyleri küçümserler (Spain vd., 2014: 42).

Özetlemek gerekirse narsistler ilk bakışta sevimli ve eğlenceli olarak görülmekte ancak etkileşim artıkça narsistler gerçek yüzünü göstermekte ve negatif özelliklere sahip olduğu ortaya çıkmaktadır (Rauthmann, 2012).

Narsisizmi örgüt içinde ele aldığımızda bazı narsist yöneticiler çalışanları motive ederken bazıları da örgüte zarar vermektedir. Narsist yöneticiler amaçlara ulaşabilmek için gayret ve fedakârlık sergiler. Bu davranışlar diğer çalışanları motive etmektedir. Eğer narsistler hakettiklerini düşündükleri takdiri almazlarsa bu duruma olumsuz tepki göstermektedirler (O'Boyle vd., 2012: 12.). Narsistler stresli görevlerde daha iyi performans göstermektedir. Narsistlerin özgüvenli olmaları ve dikkat çekme arzularından dolayı zor görevleri istedikleri düşünülmektedir (Wallace ve Baumeister, 2002). Narsist kişilik özelliklerine sahip bireyler örgüt başarısını kendi başarısı gibi göstererek yüksek performans gösterebilir (Atay, 2009: 186).

3.3. PSİKOPATİ

Psikopati kavramının temelleleri 18. Yüzyılın sonlarında Pinel ve Morel göslemlerine dayansa da, modern psikopati Hervey Clekley'nin 1941 yılında yaptığı çalışmalarla şekillenmiştir. "The Mask of Sanity" adlı kitabında psikopatinin birçok yönünü açıklayan (Copestake vd., 2013), Clekley psikopatin özünü oluşturan 16 temel kriter belirledi ve psikopatinin dış görünümüne önem veren, suçsuzluk, duygusuzluk, sahtekârlık, benmerkezcilik, derin aşk için yetersizlik, kaygısızlık, kavrama eksikliği, zayıf muhakeme ve tutarlı bir yaşam planı izleyememe gibi özelliklerle ilişkili olduğunu iddia etti (Lilienfeld vd., 2014: 596). Sonraki yıllarda kavram üzerine birçok araştırmacı çalışma yapmış ve psikopati ilgi çeken bir kişilik özelliği haline gelmiştir (Salekin, 2016).

Psikopati kişilik özelliğine sahip bireyler sosyal hayatın ve kanuni kurallara karşı kayıtsızdırlar (Mokros vd., 2015: 372). Bu kişiler çevresindeki varlıklarla etkileşimden kaçınmakta, herhangi bir kaygı durumu yaşamamakta ve ilişki kurmayı tercih etmemektedir (Paulhus ve Williams, 2002).

Psikopatlar dışarıdan bakıldığında muhalif, patavatsız, kibirli ve sürekli kendilerinin reklamını yapan bireyler olarak tanımlanırlar (Aydoğan ve Serbest, 2016: 103). Psikopatların utanma ve suçluluk hissetme seviyeli düşüktür, duygular onlar için önemsizdir. Kendi arzularına göre davranan ve yaptıklarının ahlaki sonuçlarını düşünmeyen bireylerdir (Campbell, vd., 2009: 575).

Olumsuz nitelikler barındıran psikopatlar, bu kişilik özelliklerine rağmen kimi zaman kendilerine fayda sağlayabilmektedirler. Stresi taşıma seviyelerin yüksek, cesur olmaları ve soğukkanlılıkla hareket etmeleri psikopat olmayan bireylere göre kimi zaman daha başarı olabilmektedirler (Hare, 1991: 88). Bu kişilerde empati yoksunluğu ve vicdan eksikliği olmasından ötürü narsisizme benzer

olarak amaçları için başkalarını kullanabilmektedirler. Sosyal kuralların, değerlerin psikopatlar için bir şey ifade etmemesi nedeniyle amaçları uğruna hile ve manipölasyona başvurabilirler. Bu sayede diğer bireylerden daha başarılı performans sergileyebilmektedirler (Bailey, 2015).

Psikopatlar örgütlerdeki üst düzey yönetici ve onların iletişim kaynakları tespit ederek bu durumu kendi lehlerinde kullanmaktadırlar (Babiak ve Hare, 2007). Sonuç itibarıyla kişinin psikopati özellikleri onun yaşamında geniş bir yer kaplar ve ilişkilerine, iş yaşamına olumsuz etkiler yaratır. Bu durum sonucunda da psikopatların sosyal yaşamdan kopmasına neden olmaktadır (Anderson ve Kiehl, 2014: 112).

4. ÖRGÜTLERDE KARANLIK ÜÇLÜ

Makyavelizm, narsisizm ve psikopati kişilik özelliklerinin bireyler arası ilişkileri bozmasının yanı sıra örgüt içinde de olumsuzluklar yaratabilmektedir. (O'Boyle vd., 2012). Makyavelizm, narsisizm ve psikopati kişilik özelliklerinin örgütsel açıdan durumlara değişkenlik gösterdiği ifade edilmekle birlikte, hangi örgüt yapısında ne tür farklılıklar olacağına dair yapılan çalışma sayısı kısıtlıdır (Chatterjee ve Hambric, 2007). Bu tarz kişili özelliklerine sahip bireylerin örgüt içinde bencillik, bireysel çıkarların öne çıkarılması, çalışma arkadaşlarına manipüle gibi olumsuz davranışlar sergilemesi beklenmektedir (Spain vd., 2014). Karanlık kişilik özelliklerine sahip bireyler genel itibarıyla mükemmeliyetçi, bencil ve uyumsuz özelliklerine sahiptir. Dolayısıyla bu kişiler bir üst pozisyona yükselemediğinde, örgüt içinde ilgi göremediğinde, başarılı olamadığında kendilerini mutsuz hissederler (Özsoy ve Ardıç, 2020: 146). Böyle bir durumda da karanlık kişilerin örgütsel düzenin bozulmasına yönelik davranışlar göstermesi mümkündür.

Makyavelizm kişilik özelliğine sahip bireyler kendi amaçları doğrultusunda çalışma arkadaşlarına yalan söyleme, onları kullanma, etik olmayan davranışlar sergileme eğilimindedirler (Pilch ve Turska, 2015: 86). Özellikle makyavelist liderler kazanma odaklı olmalarından ötürü rekabetçi stratejiler geliştirme ve karşı tarafı ikna etme hususunda oldukça başarılıdırlar. Ancak bu yöneticiler bencil, kural dışı ve aldatma eğilimli davranışları nedeniyle örgüte zarar vermektedirler (Güney ve Mandacı, 2009: 85). Makyavelist düzeyi yüksek olan çalışanlar, diğer çalışanlara göre örgütü siyasi olarak tanımlarlar. Bulundukları konumu yükseltmek ve şartları kendileri için iyileştirmek amacıyla üstleriyle olan ilişkilerini manipölasyon aracı olarak kullanabilmektedirler (Walter vd., 2005: 60)

Narsist çalışanlar örgütsel çalışmalarda ön plana çıkmaktadırlar. Narsist bireyler grup ve takım çalışmalarına uygun olmayan kişiler olarak görülmesine

rağmen, takımın amaçlarını kendi amaçları ile özdeşleştirerek yüksek performans sergilemektedirler (Atay, 2009: 186). Ayrıca narsistlerin ulaşılması zor hedeflerde ve stresli görevlerde başarılı oldukları gözlenmiştir (Wallace ve Baumeister, 2002: 831).

Psikopati kişilik özelliğine sahip çalışanlar kariyer odaklıdır. Bu yüzden örgüt içinde kişisel menfaatleri için diğer çalışanların haklarını ihlal etme ve manipülatif davranışlar sergileme eğilimindedirler (Chiaburu vd., 2013: 474).

Karanlık kişilik özellik düzeyleri yüksek olan yöneticiler çalışanların yaratıcılık göstermesinin önünde bir engel olarak görülmektedir. Bu yöneticilerin örgüt içinde yer alan çalışanların fikir, düşüncelerini ifade etme, elde ettikleri bilgileri paylaşma konusunda kısıtlaması örgüt içindeki olumsuzlukların kaynağını oluşturabilmektedir (Jones ve Paulhus, 2011: 681). Çalışanların böyle bir durumla karşılaşması sonucunda da iş yavaşlatma,, motivasyon düşüklüğü, işten ayrılma niyeti gibi davranışlar gösterebilmektedir (Mathieu ve Babiak, 2016: 104).

Karanlık kişilik özelliklerine bakıldığında örgütsel bağlamda olumsuz sonuçlar yaratabileceği öngörülmektedir. Bu örgütsel değişkenlerden biri iş performans olarak belirtilmektedir. Yapılan meta analizler neticesinde Makyavelizm ve psikopatinin düşük iş performansı ile arasında zayıf ilişki olduğu tespit edilmiştir (Spain vd., 2014 45).

Psikopati kişilik özelliğinin iş performansı ile düşük ilişkide olduğu tespit edilmekle birlikte kişilerin eğitim düzeyinin bu ilişkiyi düzenlediği sonucu elde edilmiştir. Psikopatinin ben merkezli ve korkusuzluk boyutlarının eğitim düzeyi yüksek bireylerin iş performansı ile pozitif ilişkisi; eğitim düzeyi düşük bireylerin iş performansı ile negatif ilişkisi tespit edilmiştir (LeBreton vd., 2018).

Karanlık üçlü değişkenlerinin üretkenlik karşısı iş davranışları ve iş performansı arasındaki ilişki 245 çalışan üzerinde araştırılmıştır. Çalışma neticesinde makyavelizm ve psikopatinin iş performansı arasında pozitif yönlü ilişki elde edilirken, narsisizm ve iş performansı arasında herhangi bir ilişki saptanmamıştır (O'Boyle vd., 2012: 10).

Karanlık üçlü kişilik özelliklerinin çalışan iş tatmin düzeyleri arasındaki ilişki de çalışmalarda incelenmiştir. Liderlerin psikopati düzeylerinin diğer çalışanların iş tatminini negatif yönde etkilemektedir. Ayrıca çalışanların iş tatminin düşmesinin işten ayrılma niyetlerine aracılık ettiği de ortaya konmuştur (LeBreton vd., 2018: 396). Özel ve kamu sektöründe 811 çalışan üzerinde yapılan çalışmada liderler makyavelizm, narsisizm ve psikopati kişilik özellikleri ile çalışanların iş tatmin düzeyleri arasındaki ilişki saptanmaya çalışılmıştır. Liderlerin karanlık üçlü özelliklerinin çalışanların iş tatmin düzeyleri ile arasında

negatif ve anlamlı bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Volmer vd., 2016: 415).

Makyavelizm, narsisizm ve psikopati kişilik özelliklerinin katılımcı yönetim ve örgütsel vatandaşlık değişkenleri ile ilişkisi 298 çalışan üzerinde incelenmiştir. Elde edilen bulgulara, karanlık üçlü boyutlarının katılımcı yönetim ve örgütsel vatandaşlık değişkenleri ile arasında negatif ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır (Webster ve Smith, 2019)

Kanten vd. (2015) yaptığı çalışmada karanlık üçlünün üretkenlik karşıtı iş davranışlarına etkisini ölçmek istemişlerdir. Ayrıca çalışmada psikolojik sözleşmenin düzenleyici rolü de araştırılmıştır. Araştırma neticesinde, Makyavelizm ve narsisizmin çalışanların üretkenlik karşıtı iş davranışını uygulama düzeyini artırmaktadır. Psikopati özelliğinin ise çalışanların üretkenlik karşıtı iş davranışını sergileme düzeyini etkilemediği görülmektedir. Ayrıca makyavelist ve narsist kişilik özelliklerinin üretkenlik karşıtı iş davranışına etkisine psikolojik sözleşmenin düzenleyici etkisi olduğu ortaya koyulmuştur (Kanten vd., 2015).

Örgütsel davranış yazınında karanlık karanlık kişilik özellikleri olumsuz kavramları içinde barındırır da bazı durumlarda örgüt adına olumlu sonuçlar da yaratabilmektedir (Hogan ve Hogan, 2001). Kişiliğin karanlık yönüne sahip bireyler ekstra yaratıcılık yeteneğine sahiptir ve bu durum örgütler için faydalı olabilmektedir. Problemlere bulunan hızlı çözümler, farklı düşünceler bu bireyler tarafından ortaya koyulsa da bu tarz kişilik özellikleri örgüt içi huzursuzluğa yol açabilmekte ve süreçlerin işleyişlerinde bozulmalar meydana gelmektedir (Harms ve Spain, 2015).

KAYNAKLAR

1. Aghababaei, N., & Blachnio, A. (2015). Well-being and the dark triad. *Personality and Individual Differences*, 86, 365-368.
2. Aiken, Lewis R. (1993). "Personality Theories, Research and Applications," Printice-Hall, Inc., New Jersey.
3. Anderson, N. E., & Kiehl, K. A. (2014). Psychopathy: Developmental perspectives and their implications for treatment. *Restorative Neurology and Neuroscience*, 32, 103-117.
4. Andreassen, C. S., Pallesen, S. and Griffiths, M. D. (2017). "The Relationship between Addictive Use of Social Media, Narcissism, and Self-Esteem: Findings from a Large National Survey", *Addictive Behaviors*, 64, 287-293.
5. Ashton, M. C., Lee, K., Perugini, M., Szarota, P., De Vries, R. E., Di Blas, L., Boies, K., & De Raad, B. (2004). A six-factor structure of personality-descriptive adjectives: Solutions from psycholexical studies in seven languages. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 356-366.
6. Atay, S. (2009). "Narsisistik Kişilik Envanteri"nin Türkçe'ye Standardizasyonu". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 11(1), 184- 186.
7. Aydoğan, E. ve S. Serbest. (2016). "İş Yerinde Karanlık Üçlü: Bir Kamu Kuruluğunun Gç Denetim Biriminde Araştırma". *Sayıştay Dergisi*. 101.
8. Babiak, P. ve R. D.Hare. (2007). "Snakes in Suits-When Psychopats Go To Work". ss. 121-122.
9. Bailey, C. D. (2015). "Psychopathy, Academic Accountants" Attitudes toward Unethical Research Practices, and Publication Success". *The Accounting Review*. 90(4),1306-1310.
10. Barrick, M. R., Mount, M. K., & Strauss, J. P. (1993). Conscientiousness and performance of sales representatives: Test of the mediating effects of goal setting. *Journal of Applied Psychology*, 78(5), 715-722.
11. Baughman, H., P. K. Jonason, L. Veselka ve P. A. Vernon. (2014). "Four shades of Sexual Fantasies Linked to the Dark Triad"". *Personality and Individual Differences Journal*. 67. 47.
12. Brummelman, E., Thomaes, S., & Sedikides, C. (2016). Separating narcissism from self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 25(1), 8-13.
13. Cairncross, M., Veselka, L., Schermer, J. A., & Vernon, P. A. (2013). A behavioral genetic analysis of alexithymia and the dark triad traits of personality. *Twin Research and Human Genetics*, 16(1), 690-697.

- 14.Campbell, W. Keith., Hoffman, Brian. J., Campbell, Stacy. M., ve Marchisio, Gaia. (2010). Narcissism in organizational contexts. *Human resource management review*, 21, 268–284.
- 15.Campbell, J. L., Schermer, J. A., Villani, V. C., Nguyen, B., Vickers, L. C., & Vernon, P. A. (2009). A behavioral genetic study of the dark triad of personality and moral development. *Twin Research and Human Genetics*, 12(2), 132- 136.
- 16.Chatterjee, Arijit ve Donald C. Hambrick. (2007). “It’s All about Me: Narcissistic Chief Executive Officers and Their Effects on Company Strategy and Performance”. *Administrative Science Quarterly*. 52(3), 376-378.
- 17.Chiaburu, Dan S., Gonzalo J. Munoz ve Richard G. Gardner. (2013). “How to Spot a Careerist Early On: Psychopathy and Exchange Ideology as Predictors of Careerism”. *Journal of Business Ethics*. Vol.118. ss. 473-474.
- 18.Christie, R. C., & Geis, F. L. (1970). *Studies in machiavellianism*. Academic press.
- 19.Copestake, S., Gray, N. S. and Snowden, R. J. (2013). “Emotional Intelligence and Psychopathy: A Comparison of Trait and Ability Measures”, *Emotion*, 13 (4), 691-702.
- 20.Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1985). Concurrent validation after 20 years: Implications of personality stability for its assessment. In J. N. Butcher & C. D. Spielberger (Eds.), *Advances in personality assessment* (Vol. 4, pp. 31-54). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- 21.Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *NEO Personality Inventory–Revised (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual*. Odessa, FL :Psychological Assessment Resources.
- 22.Cüceloğlu, D. (1996). *İnsan ve Davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- 23.Digman, J.M. (1990). “Personality Structure: Emergence of the Five – Factor Model”. *Annual Review of Psychology*, 41, ss. 417-440
- 24.Den Hartog, D. N. and Belschak, F. D. (2012). “Work Engagement and Machiavellianism in the Ethical Leadership Process”, *Journal of Business Ethics*, 107 (1), 35-47.
- 25.Eroğlu, F. (2009). *Davranış bilimleri*, İstanbul: Beta Yayınları.
- 26.Fleeson, W., Malanos, A. B., & Achille, N. M. (2002). An intraindividual process approach to the relationship between extraversion and positive affect: Is acting extraverted as "good" as being extraverted? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1409-1422.

27. Furnham, A., Richards, S. C., & Paulhus, D. L. (2013). The dark triad of personality: A 10 year review. *Social and Personality Psychology Compass*, 7(3), 199- 216.
28. Girgin, B. (2007). *Beş faktör kişilik modelinin iş yerinde duygusal tacize (mobbing) etkileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
29. Griffin R. W., & Moorehead G, (2011). Organizational behavior: Managing people and organizations.
30. Güney, S. (2006). Davranış bilimleri, Gözden Geçirilmiş 3. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
31. Güney, S. ve G. Mandacı. (2009). “Makyavelizm ve Etik Algısı İlişkileri: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma”. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 27(2), 84-85.
32. Hare, R. D. (1991). The Hare Psychopathy Checklist-Revised PCL-R. Toronto, Ontario: Multi-Health Systems.
33. Harms, P.D., ve Spain, M.S. (2015). Beyond the bright side: Dark personality at work. *Applied Psychology: An International Review*, 64, ss. 15-24.
34. Hashemi, F. O., & Yusefi, R. (2015). The Role Five Personality Factors with Narcissism and Psychopathy in Prediction of Dark Triad, *Journal of Psychology and Behavioral Research*. 1 (7), 119-124.
35. Hogan, R., ve Hogan, J. (2001). Assessing leadership: A view from the dark side. *International Journal of Selection and assessment*, 9(1-2), 40-51.
36. Hyla, M. (2012). Machiavellianism, relationship satisfaction, and the use of influence tactics in a close relationship.
37. Jonason, P. K. and Schmitt, D. P. (2012). “What Have You Done for Me Lately? Friendship-Selection in the Shadow of the Dark Triad Traits”, *Evolutionary Psychology*, 10 (3), 400-421.
38. Jones, D. N. and Paulhus, D. L. (2014). “Introducing the Short Dark Triad (SD3) a Brief Measure of Dark Personality Traits”, *Assessment*, 21 (1), 28-41.
39. Jonason, P. K., & Webster, G. D. (2012). A protean approach to social influence. Dark Triad Personalities and Social Influence Tactics. *Personality and Individual Differences*, 52, 521–526
40. Jonason, P. K., J. J. Duineveld ve J. P. Middleton. (2015). “Pathology, Pseudopathology, and the Dark Triad of Personality”. *Personality and Individual Differences Journal*, 78.

41. Jones, D. N. ve Paulhus, D. L. (2011). The role of impulsivity in the dark triad of personality. *Personality and Individual Differences*, 51, ss. 679-682.
42. Kaiser, R. B. and Hogan, J. (2011). "Personality, Leader Behavior, and Overdoing It", *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 63 (4), 219-242.
43. Kanten, P., Yeşiltaş, M. ve Arslan, R. (2015). "Kişiliğin Karanlık Yönünün Üretkenlik Karşıtı İş Davranışlarına Etkisinde Psikolojik Sözleşmenin Düzenleyici Rolü", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29 (2), 365-391.
44. Kashy, D. A., & DePaulo, B. M. (1996). Who lies? *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 1037-1051.
45. Khatibi, M., & Khormaei, F. (2016). Learning and personality: A review. *Journal of Educational and Management Studies*, 6(4), 89-97.
46. LeBreton, J., Shiverdecker, L. K. & Grimaldi, E. M. (2018). The Dark Triad and Workplace Behavior. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5(1), 387-414.
47. Lee, K., & Ashton, M. C. (2005). Psychopathy, Machiavellianism, and narcissism in the FiveFactor Model and the HEXACO model of personality structure. *Personality and Individual Differences*, 38, 1571-1582.
48. Lilienfeld, S. O., Watts, A. L., Francis Smith, S., Berg, J. M. and Latzman, R. D. (2014). "Psychopathy Deconstructed and Reconstructed: Identifying and Assembling the Personality Building Blocks of Cleckley's Chimera", *Journal of Personality*, 83 (6), 593-610.
49. MacDonald, P. (2014). "Narcissism in the Modern World", *Psychodynamic Practice*, 20 (2), 144-153.
50. Marshall, T. C., Lefringhausen, K. and Ferenczi, N. (2015). "The Big Five, SelfEsteem, and Narcissism as Predictors of the Topics People Write about in Facebook Status Updates", *Personality and Individual Differences*, 85, 35-40.
- Martin, J. ve Fellenz, M. (2010) Organizational behaviour and management. United Kingdom: Cengage Learning EMEA.
51. Mathieu, C., ve Babiak, P. 2016. Corporate psychopathy and abusive subversion: Their influence on employees" job satisfaction and turnover intentions. *Personality and Individual Differences*, 91: ss. 102-106.
52. McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (2007). Brief versions of the NEO-PI-3. *Journal of Individual Differences*, 28(3), 116-128

53. McShane, S.L., & Von Glinow, M.A. (2005), *Organizational Behavior: Emerging Realities For The Workplace Revolution*, McGraw Hill Companies, Inc., New York.
54. Megargee, E. I. (2009). Understanding and assessing aggression and violence. In J. N. Butcher (Ed.), *Oxford handbook of personality assessment*, 542–566)
55. Miller, J. D., Widiger, T. A., & Campbell, W. K. (2010). Narcissistic personality disorder and the DSM–V. *Journal of Abnormal Psychology*, 119, 640–649.
56. Miller, B. K., Smart, D. L., & Rechner, P. L. (2015). Confirmatory factor analysis of the machiavellian personality scale. *Personality and Individual Differences*, 82, 120–124.
57. Mokros, A., Hare, R. D., Neumann, C. S., Santtila, P., Habermeyer, E. and Nitschke, J. (2015). “Variants of Psychopathy in Adult Male Offenders: A Latent Profile Analysis”, *Journal of Abnormal Psychology*, 124 (2), 372–386.
58. Mudrack, P. E. (1989). Job involvement and Machiavellianism: Obsession/compulsion or detachment? *Journal of Psychology*, 123, 491/496
59. Muris, P., Merckelbach, H., Otgaar, H., & Meijer, E. (2017). The malevolent side of human nature: A meta-analysis and critical review of the literature on the dark triad (narcissism, Machiavellianism, and psychopathy). *Perspectives on Psychological Science*, 12(2), 183–204.
60. Nyhus, E., & Pons, E. (2005.). The effects of personality on earnings. *Journal Of Economic Psychology*, 26(3), 363–384.
61. O’Boyle, E. H., Forsyth, D. R., Banks, G. C., & McDaniel, M. A. (2012). A metaanalysis of the dark triad and work behavior: a social exchange perspective. *The Journal of applied psychology*, 97(3), 557–579.
62. Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2013). *Örgütsel davranış*, Altıncı Baskı, Bursa: Ekin Yayınları
63. Özsoy, E ve Ardiç, K. (2020). Çalışanların karanlık kişilik özelliklerinin tükenmişliğe etkisinde genel öz-yeterliliğin düzenleyici rolü. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 144–154.
64. Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, machiavellianism, and psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 36, 556–563.
65. Petrova, D. W. (2008). *Personality Characteristics, Career Awareness And Job Expectations of New Teachers of Students with Visual Impairments*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, The University of Arizona.

66. Pilch, I., & Turska, E. (2015). Relationships between Machiavellianism, organizational culture, and workplace bullying: Emotional abuse from the target's and the perpetrator's perspective. *Journal of Business Ethics*, 128(1), 83-93.
67. Porter, L. W., Allen, R. W., Angle, Harold L., (1981). "The Politics Of Upward Influence İn Organizations", *Research İn Organizational Behavior*, 3, 109-149.
68. Raskin, R. ve H. Terry, (1988). "A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity". *Journal of Personality and Social Psychology*. 54(5), 890.
69. Rauthmann, J. F. (2012). The Dark Triad and interpersonal perception: Similarities and differences in the social consequences of narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Social Psychological and Personality Science*, 3, 487-496.
70. Rauthmann, J. F., & Kolar, G. P. (2012). How "dark" are the dark triad traits? Examining the perceived darkness of narcissism, machiavellianism, and psychopathy. *Personality and Individual Differences*, 53, 884-889.
71. Rauthmann, J. F. and Kolar, G. P. (2013). "Positioning the Dark Triad in the Interpersonal Circumplex: The Friendly-Dominant Narcissist, Hostile-Submissive Machiavellian and Hostile-Dominant Psychopath?", *Personality and Individual Differences*, 54 (5), 622-627.
72. Robbins, S.P. and Judge, T. (2003) *Essentials of Organizational Behavior* (Vol. 7)
73. Schermerhorn, J.R., Hunt, J.G. ve Osborn, R.N., (1995). *Basic Organizational Behaviour*. John Wiley and Sons Inc., New York
74. Salekin, R. T. (2016). "Psychopathy in Childhood: Why Should We Care about Grandiose-Manipulative and Daring-Impulsive Traits?", *The British Journal of Psychiatry*, 209 (3), 189-191.
75. Semenyna, S. W. and Honey, P. L. (2015). "Dominance Styles Mediate Sex Differences in Dark Triad Traits", *Personality and Individual Differences*, 83, 37-43.
76. Serbest, S. (2018) *İş Yerinde Karanlık Üçlü. Yönetim ve Pazarlama Alanlarında Seçme Konular*. Editör: Belgin Aydın. Gazi Kitabevi. 2018 1. Basım.
77. Sheldon, P. and Bryant, K. (2016). "Instagram: Motives for its Use and Relationship to Narcissism and Contextual Age", *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97.
78. Shweder, R. A. (1991). *Thinking through cultures: Expeditions in cultural psychology*. Cambridge, MA: Harvard University Press

79. Spain S.M., P. Harms ve J. M. Lebreton, “The Dark Side of Personality at Work”, *Journal of Organizational Behavior*, 35(1), 45-46.
80. Thomaes, S., & Brummelman, E. (2016). Narcissism. In D. Cicchetti (Ed.), *Developmental psychopathology* (Vol. 4, 3rd ed., pp. 679– 725).
81. Thomaes, S., H. Stegge, B. J. Bushman, T. Olthof ve J. Denissen, (2008). “Development and Validation of the Childhood Narcissism Scale”. *Journal of Personality Assessment*. 90(4) 382.
82. Wai, M. ve Tiliopoulos, N. (2012). The Affective and Cognitive Empathic Nature of the Dark Triad of Personality. *Personality and Individual Differences*, 52, 794-799.
83. Wallace, H. M. ve Baumeister, R. F. (2002), “The Performance of Narcissists Rises and Falls With Perceived Opportunity For Glory”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(5). 831.
84. Walter, H. L., C. M. Anderson ve M. M. Marti (2005). “ How Subordinates” Machiavellianism and Motives Relate to Satisfaction with Superiors”. *Communication Quarterly*. 53(1). 59-60.
85. Webster, B.D., Smith, M.B (2019). The Dark Triad and Organizational Citizenship Behaviors: the Moderating Role of High Involvement Management Climate. *J Bus Psychol*, 34, 621–635.
86. Wilson, D. S., Near, D. C., & Miller, R. R. (1996). Machiavellianism: a synthesis of the evolutionary and psychological literatures. *Psychological bulletin*, 119(2), 285-299.
87. Volmer, J., Koch, I. K. and Göritz, A. S. (2016). “The Bright and Dark Sides of Leaders' Dark Triad Traits: Effects on Subordinates' Career Success and WellBeing”, *Personality and Individual Differences*, 101, 413-418.
88. Yurdakul, Y. (2019). *Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri ve Karanlık Üçlü Kişilik Özelliklerinin Eş Uyumlu İle Olan İlişkileri: Evli Çiftlerde Kesitsel Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi. Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul

SON DÖNEM DÜNYA MEDYASINDA KÜRESEL GIDA KRİZİ VE PANİK ETKİSİ

Dr. Öğr. Üyesi Tuba PEHLİVAN

*Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1041-6432>*

1.GİRİŞ

Günümüzde iklim değışikliği gibi hemen hemen tüm dünyanın farkında olduğu önemli bir süreç yaşanmaktadır. Doğal ve tarımsal habitatlar üzerinde büyük etkisi olan bu sürecin henüz tam olarak hayatımıza yansımaları görölmemiştir. Bunun yanında son yıllarda ortaya çıkan Covid-19 salgını gibi her sektörde olduğu kadar gıda sektörünün tedarik zincirinde aksamalara sebep olan bir süreç yaşanmıştır ve yaşanmaya devam etmektedir. Henüz salgın döneminin dahi yaralarını saramayan gıda sektörü 2022 yılının başlarında ortaya çıkan Rusya-Ukrayna savaşı ile birlikte en temel gıda ham maddesi olan “Buğday” konusunda da önemli bir krizle karşı karşıya kalmıştır. Her ne kadar Türkiye’nin savaşı bu iki ülke arasında zaman zaman ortaya çıkan arabuluculuk faaliyetleri neticesinde krizin etkileri hafifletilse de bu durumun sürdürülebilirliği netlik kazanmamıştır. Bir yandan buğday diğeryandan buğdayın veya diğeryazı tarım ürünlerinin üretiminde ihtiyaç duyulan gübre arzında ortaya çıkan krizlerin çok geniş bir coğrafyada panik havası oluşturduğu görölmektedir. Yapılan bu çalışmada Covid-19 sürecinde baş gösteren ancak Rusya-Ukrayna savaşında zirve yapan genelde gıda fakat özelde Ayçiçeğı ve buğday gibi nemli gıda maddelerinin karşı karşıya kaldığı krizin uluslararası medyada ele alınış biçimi ve ortaya çıkan panik durumunun etkileri araştırılmıştır.

1.1. İnsan ve Gıda

Tarihsel süreç içerisinde insanoğlunun gıdaya erişmek adına ne sıkıntılarla karşı karşıya kaldığı ve kimi zaman bu arayışı canı pahasına yaptığı bilinmektedir. Diğeryandan insanın kendisinden kaynaklanmayan bazı doğal koşullar zaman zaman bu gıda erişimini sekteye uğratmıştır. İnsanların açlık, afet veya kıtlık diye adlandırdığı bu zor süreçler binlerce yıldır farklı sebeplerle lokal veya küresel olarak kendini göstermiştir. Bugün ise yaklaşık 8 milyara ulaşan dünya nüfusunun doyması ve bu doyma için belli alanların tahsis edilmesi tek bir ülkenin güdümünde olmasa da coğrafik ve iklimsel farklılıklar bazı ürünlerde kısıtlı alanları zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla iklimsel ve edafik faktörler belli başlı ürünlerin yetiştirilme alanları için sınırlayıcı olabilmektedir. 21. Yüzyıl da artmış olan dünya nüfusunun yanında salgın ve savaşlar gibi sebepler ile gıda arzında önemli sorunlar baş göstermiştir.

Afet ifadesi, ekonomik ve sosyal kayıplara sebebiyet veren bunun sonucunda sosyal hayatı kesintiye uğratan, ani olarak gelişen ve lokal tedbirlerle baş edilemeyen olaylar olarak tanımlanır. Doğayaynaklı ya da insan/teknoloji kaynaklı afetler aynı zamanda yavaş gelişen ve ani gelişen afetler olarak da sınıflandırılmaktadır. İklim değışiklikleri, kuraklık, çölleşme ve bu süreçlere

bağlı olarak gelişen kıtlık afeti de yavaş gelişen afetler sınıfında değerlendirilebilir (Varol ve ark. 2019).

İnsanoğlu için açlık ve doygunluk, his olarak bakıldığında fiziksel bir durum olduğu kadar toplumsal bir duyguyu da betimlemektedir. Kişisel ve kısa süreli olduğunda açlık olarak değerlendirilen koşullar toplumsal ve uzun süreli olduğunda “kıtlık” olarak değerlendirilmektedir. Tarihsel süreç içerisinde insanın bu durumu yaşamasının, yangın ve sel gibi doğal afetler olduğu kadar nüfus oranı, ekonomik koşullar ve savaşlar gibi beşeri gerekçeleri de olmuştur. Kitlesel ölümlerin önünü açan kıtlık dar alanda ve yoğun oranda olmadığına kendini hissettirmeyen bir yapıya bürünmektedir. Ancak yapılan çalışmalar son 250 yılda yaklaşık 50 milyon insanın açlık nedeniyle hayatını kaybettiğini belirtmektedir.

Aybar (2017)’a göre “Kıtlık” kavram olarak yaşamın devamı için gerekli olan mamullere bir şekilde ulaşamamak ya da bu mamullerin bir nedenden dolayı ortadan kalkması anlamına da gelmektedir. Temel nedeni yangınlar, depremler, çekirge istilaları, kuraklık, iklimin çok soğuk ya da çok sıcak olması gibi coğrafi faktörler olsa da sosyal ya da siyasi nedenler de kıtlığa neden olabilmektedir.

Tarihte toplumların yerleşim yeri seçiminde öncelik tanıdığı alanların suya yakın alanlar olduğu açıktır. Suya bağımlılığı sağlayan bu durumun yegâne sebebi insanın doğrudan suya olan gereksinimi olmayıp aynı zamandan kendine besinini temin etmeye çalıştığı süreçlerde (tarım ve hayvancılık) yine suya olan yoğun ihtiyacından ileri gelmektedir. Dolayısıyla insanın doğadaki tüm olumsuz koşullardan (kuraklık, su savaşları, salgın vs.) büyük zararlar çıkmasının temelinde yatan etken yine sudur.

Tahılların doğadan toplanmasına dair tarih MÖ 17.000 yılına kadar uzanmaktadır (Tanno ve Willcox, 2006). Yaklaşık 10 bin yıl önce Diyarbakır-Karacadağ’da kültüre alındığı tahmin edilen buğdayın Anadolu’da 23 yabani ve 400 den fazla kültüre alınmış çeşidi bulunmaktadır (Özberk ve ark., 2016). Vavilov’un (1987) araştırmalarında belirlediği 8 gen merkezinden ikisi Türkiye’de bulunmaktadır. Ülkemizde yaklaşık %32’si endemik olmak üzere 11.707 bitki taksonu bulunmaktadır. Buğday bunlar içerisinde etkileri bakımından en önemlilerindendir (Özberk ve ark., 2016).

Son yıllarda ortaya çıkan gıda arzı sıkıntısı içerisinde Ayçiçeğinin yeri de önemli hale gelmiştir. Özellikle 2022 yılları sonu itibari ile halen devam eden Rusya-Ukrayna savaşının başlarında dünya genelinde etkisini hissettiren bir ayçiçeği krizi yaşanmış olması da gözlerden kaçırılmamalıdır. Geline nokta insanların akut veya kronik şekilde hissettiği bazı ürün tedarik zincirlerindeki daralmanın dönemsel olarak panik etkisi oluşturduğu görülmektedir. Ulusal ve Uluslararası medyanın günlerce ön planda tuttuğu bu haberler ile birlikte

tüketicilerin satın alma davranışlarında ortaya çıkan panik etkisi krizleri daha da derinleştirme potansiyeli taşımaktadır.

Bugün temel gıda ürünlerinden sayılan yağın ve buğdayın mutfakların vazgeçilmez hammaddeleri olması yaşanan sıkıntıları daha şiddetli hale getirmektedir. Örneğin önceleri kısıtlı şekilde işlenen ve elde edilen bir gıda olan buğdayın ve ondan elde edilen ikincil gıdaların çeşitliliği daha az idi. Ancak bugün teknolojinin sağladığı imkânlar neticesinde buğday çok geniş oranda işlenmiş birçok üründe karşımıza çıkmaktadır. İnsanoğlunun buğdayı işlemesi ve birçok gıdada kullanması buğdayın özel bir konumda olmasını sağlamaktadır. Ancak insanın günlük hayatında çok fazla yer alan bir gıda olan buğdayın karşılaşılabileceği ekolojik ve beşeri problemler, azlık veya yokluk durumunda çok geniş insan kitlelerini derinden etkileme potansiyeline sahiptir.

1.2. Covid-19 Salgını ve Gıda Krizi

31 Aralık 2019 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü'nün Çin Ofisi, ülkenin Hubei eyaletinin Vuhan şehrinde, nedeni o an için henüz açıklanamayan zatürre vakaları bildirmiş ve yaklaşık bir hafta sonra 5 Ocak 2020 tarihinde, daha önce insanlarda rastlanılmamış yeni bir coronavirüs tanımlanmıştır. İlk çıktığı zamanlarda 2019-nCoV olarak adlandırılan bu hastalık, daha sonra Covid-19 olarak bildirilmiş ve Çin'de ilk görüldüğü tarihten üç ay gibi kısa bir süre sonra tüm dünyayı etkisi altına almıştır (Budak ve Korkmaz, 2020).

Dünya Sağlık Örgütü ve medya kuruluşları Çin'de vuku bulan bu salgının başlangıcında olayı ve ulaşabileceği boyutu henüz tam olarak kavrayamamıştı. İnsanlar medya organlarında bu olayı ya aşırı şekilde dramatize eden yahut pek de ciddiye almayan haberler ile takip ediyordu. Ancak göle düşen yağmur damlasının oluşturduğu geniş daire gibi bu olay dünyaya yayılmaya başlayıp ölümlü vakalar artmaya başladıkça insanlar meseleyi biraz daha ciddiye almaya başladı. Sürecin başında insanlar bu salgının biyolojik bir silah olduğu, bazı devletler tarafından bilinçli olarak çıkarılmış olabileceği gibi doğruluğu bugün bile kanıtlanamamış bazı haberlere de tanıklık ettiler. Ancak 2020 yılının ortalarına doğru ülkeler bir yandan salgınla baş ederken diğer yandan salgının nereden kaynaklandığından öte bu salgının ortaya çıkardığı ekonomik, sosyolojik ve psikolojik durumun nasıl önlenebileceğine dair tedbirleri düşünmeye başladılar.

2020 yılında Türkiye'nin resmi haber ajansı olan Anadolu ajansının haberine göre; Yeni tip koronavirüs (Covid-19) salgını nedeniyle yaşanan zorlu sürecin ardından dünyanın, iklim değişikliği ve gıda güvenliği problemleriyle karşı karşıya kalabileceği, kıtlık yaşanabileceği uyarısında bulunuluyor. Pandemi sebebiyle 2020'de birçok ülke kendi vatandaşlarının gıda güvenliğini sağlamak

adına daha korumacı politikalara yönelirken, Rusya gibi büyük buğday üreticileri ihracata limit ya da yasaklar koydu, Çin, Pakistan ve Suudi Arabistan gibi ülkeler de buğday stoklarını artırma yoluna gitti. Covid-19 ekonomik ve sosyal hayatı olumsuz etkilerken iklim değişikliği ve kuraklık da küresel çapta tarımsal üretimi tehdit ediyor. Dünya Gıda Programı (WFP) Direktörü David Beasley, bir süre önce yaptığı açıklamada, 2021'de korkunç boyutta bir kıtlık olacağı iddiasında bulundu. Covid-19 salgınının gıda güvenliği üzerinde çok yıkıcı etkileri olduğuna işaret eden Beasley, gıda sorunu ile karşı karşıya kalan insan sayısının artacağını savundu. Gıdaya ve özellikle de buğdaya ulaşma olanaklarının zorlaştığı bu dönemde AB Yüksek Temsilcisi Borrell, "Savaşın etkileri sadece Ukrayna için değil tüm dünya için giderek çok tehlikeli hale geliyor. Özellikle Afrika'da büyük bir açlık yaşanması ihtimaline karşı uyarıda bulunuyoruz. Enerji ve gıdada fiyatların artmasına ve kıtlığa neden olan şey savaştır. Bu krizin nedeni (Rusya'ya uygulanan) yaptırımlar değildir" açıklaması yaparak sürecin tek boyutlu ele alınmamasını işaret etmektedir (Anadolu Ajansı, 04.12.2020)

Covid-19 pandemi süreci yalnızca bir salgın değil bunun yanında ülkelerin çok boyutlu olarak değerlendirdiği bir süreçti. Ancak bu süreçte ortaya çıkan gıda ve beslenmeye ait yetersizlikler pandemi ile başlamamıştır. Bazı kuruluşlar zaten yıllardan beri sağlıklı ve yeterli gıdaya ulaşma konusunda dezavantajlı ülkeler ve insanlar konusunda çalışma yapmaktaydı. Nitekim Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) 2022 raporuna göre güvenli gıdaya ulaşamama çocukların yetersiz beslenme uygulamaları nedeniyle ve düşük kaliteli gıda, çocukluk hastalıklarının yüksek prevalansı ve sanitasyon, içme suyu ve sağlık hizmetlerine yetersiz erişim gibi faktörlerin karmaşık etkileşimi nedeniyle, gıda krizlerinden etkilenen ülkelerde yetersiz beslenme kritik seviyelere ulaşmıştır. Eldeki veriler sınırlı olmakla birlikte, 2021 yılında yapılan analizlere göre; 5 yaş altı yaklaşık 26 milyon çocuk, 35 büyük gıda krizinin 23'ünde halsizlik yaşıyor ve acil tedaviye ihtiyaç duyuyordu. Netice itibarıyla mevcut veriler 5 milyonu aşkın çocuğun şiddetli zayıflama nedeniyle yüksek ölüm riski altında bulunduğunu göstermektedir.

Dünyadaki gıda krizinin kronolojisini çıkarmak çok kolay olmayan bir uğraştır. Zira çok boyutlu bir durumun neticesinde karşılaşılan bir durum olduğu için tek bir sebep üzerine dayanan bir sonuç değildir. Gıda krizi günümüzde dünya nüfusu, ekonomi, kentleşme, salgın, savaşlar, küresel iklim krizi ve doğal afetler gibi birçok etken tarafından tetiklenebilen bir süreçtir. Bu sebeplerin tekli veya çoklu olarak kendini göstermesiyle beraber durumun ağırlığı artıp azalabilmektedir.

Akter (2020), Covid-19'a bağlı 'evde kal' kısıtlamasının Avrupa'daki gıda fiyatları üzerindeki etkisini analiz ettiği çalışmasında gıda fiyatları ve evde kalma

arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmacı çalışma sonucunda uluslararası seyahat kontrolleri, yolların kapanması ve ekonomik teşvik paketlerinin boyutu gibi tedbir ve destek uygulamalarının ülkeden ülkeye değişiklik gösterdiği için salgın sürecinin tüm ülkelerde aynı oranda hissedilmediğini belirtmektedir.

Covid-19 salgın sürecinin başlaması ve hastalığın dünya ölçeğinde yaygınlaşması ile ortaya çıkan ilk sorun bilhassa bitkisel üretimin hasat zamanlarında yaşanan aksaklıklar olmuştur. Birçok ülkede hasat dönemlerinde yoğun ihtiyaç duyulan işgücüne erişim sıkıntıya girdiği gibi karantina tedbirleri ve hareketliliği kısıtlama tedbirleri neticesinde üretilen ürünlerin tarladan sofraya ulaştırılmasında sorunlar oluşturmıştır. Yapılan araştırmalar hasat dönemi ertelemelerinin ilkin Akdeniz ülkeleri olmak üzere birçok ülkede ciddi oranda ürün kayıplarına yol açtığını göstermiştir. Ortaya çıkan bu ürün kayıpları yalnızca üretici gelirlerinin azalması veya tarımsal sektörün milli gelire katkısının düşmesi anlamına gelmemiştir. Bu durum bir yandan tarım sektöründeki iş gücünün gelir kaybı yaşaması diğer yandan da gıda güvenliği ile ilgili sorunların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Tarım ürünlerinde salgın döneminde meydana gelen üretim azalması ile birlikte hareket kısıtlamalarından kaynaklı azalan ticaret imkanları tüketicinin karşılaştığı fiyatların da artmasına sebep olmuştur. Bu sürecin bir diğer etkisi yüz yüze alışveriş yapan kitlenin azalması ve kısa zamanda bozulabilir gıda ürünlerinde dahi e-ticaret yöntemi ile alışveriş yatınlığının artması ve başta perakende satış zincirleri olmak üzere pek çok tedarikçinin kendi sistemlerinde e-ticaret ile alışveriş imkanlarını artırması ile sonuçlanmıştır (Ceylan ve Özkan, 2020).

Covid-19 salgını, küresel sistem için pek çok düzeyde felaket niteliğinde bir olay ve küresel ölçekte karmaşık bir gıda krizine dönüşmüştür. Virüsün geniş çapta yayılmaya başladığı 2020'nin başından bu yana, gıda sistemlerinde büyük aksamalar yaşanmış ve yaygın açlık baş göstermiştir. Dünya Gıda Programı (WFP), kriz nedeniyle 130 milyon kişinin daha akut açlıkla karşı karşıya kalacağını tahmin etmektedir (Khorsandi 2020).

Birçok analist, Covid-19 salgın süreci ile birlikte mevcut sistemdeki zayıflıklara işaret etmekte ve büyük ve dönüştürücü değişim çağrısında bulunmaktadır. Örneğin, Dünya Gıda Güvenliği Komitesi'nin Gıda Güvenliği ve Beslenme Konulu Üst Düzey Uzmanlar Paneli tarafından hazırlanan yakın tarihli bir rapor, COVID-19'un ardından küresel gıda sistemindeki güvenlik açıklarını vurgulamakta ve gıda oluşturmak için agroekolojinin teşviki ve daha kısa tarımsal tedarik zincirleri dahil olmak üzere sistem dayanıklılığını sağlayan kapsamlı politika reformları çağrısında bulunmaktadır (HLPE 2020).

Aslında sanayileşme devrimi ile beraber ortaya çıkan ve gün geçtikçe etkisini daha çok hissettirmeye başlayan Küresel iklim krizi insanların tarım ve gıda

sektöründe acı bilançoğu beklediğı en önemli tetikleyici konumundadır. Bu nedenle insanlar 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren doğa ile olan ilişkisini tahribat noktasından tamirat noktasına getirme niyetindeydi. Bu nedenledir ki, Kyoto protokolü veya Paris İklim anlaşması gibi birçok çevre konulu mekanizma devreye sokulmaya çalışılmıştır. Ancak insanoğlunun bu süreçte başına gelebilecek diğer öldürücü (salgınlar ve savaşlar) darbeleri göz ardı ettiği söylenebilir. Salgın süreci gelişmiş ülkelerin dahi gıdadan sağlığa, ekonomiden teknolojiye birçok sektördeki yeterliliğı bakımından çaresiz kaldığı bir dönem olarak kayıtlara geçmiştir.

1.3. Rusya-Ukrayna Savaşı ve Gıda Krizi

1991'de Sovyetler Birliğı'nin dağılmasından bu yana Ukrayna, dünyanın en önemli “ekmek sepetlerinden” biri olarak geleneksel konumunu yeniden kazanmıştır. Ukrayna'nın topraklarının %55'inden fazlası “ekilebilir” durumda ve bu ülke dünyadaki en verimli topraklardan bir kısmını kendi sınırları içerisinde barındırmaktadır. USDA'ya göre Ukrayna, küresel mısır ve buğday arzının yaklaşık %4'ünü, arpanın %7'sini ve ayçiçek yağının %31'ini üretmektedir. Küresel gıda arzı için endişe verici olan sadece Ukrayna'nın mahsul üretiminin boyutu değil, aynı zamanda çok büyük bir kısmının ihraç ettiği gerçeğidir. Ukrayna şu anda dünyanın en büyük 5. buğday ihracatçısı ve küresel buğday ihracatının %10'unu sağlamaktadır. Ukraynalı çiftçiler mısır ekimi konusunda çok istekliler ve bu ürün pazarında şimdi küresel ihracatın yaklaşık %15'ini oluşturuyorlar. Tarım ürünleri Ukrayna'nın en büyük ihracatı olup 2021'de yaklaşık 70 milyar dolar değerindeydi (Time, 2022)

Dünya ve Türkiye henüz üzerinden bir yıl dahi geçmeyen bir kriz daha yaşadı; Ayçiçek yağı krizi. 2022 yılının ikinci çeyreğı ile beraber birçok ülkede Rusya-Ukrayna savaşından kaynaklı olduğu söylenen ve Ukrayna'nın dünya gıda dağıtım ağına sokamadığı Ayçiçek yağı satışı ve fiyatları küresel bir kriz haline geldi. Bu süreçler aslında dünya gıda sektörünün ve geniş insan kitlelerinin belli başlı gıdalara ulaşmada dönemsel şoklar yaşayabilme açısından ne kadar kırılgan olduğunu göstermektedir.

The New York Times gazetesinden Bayan Christine Hauser'in 30 Nisan 2022'de ki haberine göre Önce koronavirüs, sonra savaş. Pandeminin temel ihtiyaç maddelerinde kıtlığa yol açması gibi, Rusya'nın Ukrayna'yı işgali de önemli gıda arzını kesintiye uğrattı ve dünya çapındaki süpermarketlerde yemeklik yağ gibi temel gıda maddelerinin fiyatlarını yükseltti. Savaştan önce Ukrayna, dünyanın en büyük ayçiçek yağı ihracatçısıydı. Çatışma şu anda hasadı felç etti ve birçok ülkeyi sınırlı yemeklik yağ stokları ve kalanlar için yükselen fiyatlar ile baş başa bıraktı. Doğu Afrika'da bir gıda krizini kötüleştirdi ve

Endonezya'da ihracat kısıtlamalarına yol açtı. Süpermarketler ve restoranlar artan maliyetlere uyum sağladıkça, en son İngiltere'de olmak üzere bazı müşterilerin yemeklik yağ alımları sınırlandırılıyor. Haberde İngiltere'nin en büyük imalat sektörünü temsil eden Yiyecek ve İçecek Federasyonu'nun baş bilim sorumlusu Kate Halliwell'in "Covid-19 nedeniyle zaten kesintiye uğramış olan tedarik zincirleri, Ayçiçek yağı gibi bazı bileşenlerde kıtlığa neden olan ve ikame ürünlerin fiyatını arttıran Ukrayna'daki savaş nedeniyle daha da karmaşık hale geldi" dediği belirtiliyor.

Euronews, (2022)'in haberine göre Rusya'nın Ukrayna'yı işgalinin etkisi dünyanın dört bir yanında ciddi bir şekilde hissedilirken, savaş Afrika gibi uzak bir kıtadaki gıda krizini de körükledi. Ukrayna'ya 11 bin kilometre uzaklıktaki Zimbabve, bu krizi en derinden yaşayan Afrika ülkelerinin başında geliyor Uluslararası Para Fonu yaptığı açıklamada, Ukrayna savaşının tahıl ve gübre akışlarındaki aksamalarının, en azından 2007-2008 küresel mali çöküşün ardından yaşananndan bu yana en kötü gıda güvenliği krizine yol açtığını ve şu anda yaklaşık 345 milyon insanın yaşamı tehdit eden kıtlıklarla karşı karşıya olduğunu belirtmiştir (Euronews, 2022).

1.4. Ulusal ve Uluslararası Medyada Gıda Krizi ve Yansımaları

Tüm dünyada insanlar için temel beklenen tehlike küresel iklim krizi ve onun ortaya çıkaracakları iken 2020 yılından itibaren salgın ve 2022 yılından itibaren de Rusya-Ukrayna savaşı beklenen o kaygının önüne geçmiştir. İnsanlık aslında sanayileşme ile birlikte korktuğunun başına geleceği durum olarak çevre kirliliği, hızlı nüfus artışı, kentleşme, küresel ısınma, ozon tabakasının delinmesi, sera etkisi ve küresel iklim krizinin ortaya çıkarabileceği gıda krizini görmekteydi. Tüm bu krizlerin sıkıntıya soktuğu en önemli alanlardan birisi insanların ulaşmada ve kullanmada erteleyemeyeceği günlük temel ihtiyaç olan beslenmedir. Beslenmeyi ve daha ötesi sağlıklı ve yeterli beslenmeyi sağlayan tüm tarımsal unsurların sektöre uğraması ekonomik, sosyolojik ve psikolojik birçok sıkıntıyı beraberinde getirmektedir.

Gıdaya ve beslenmeye olan ihtiyacın zora düşme ihtimali tüm ülkelerin ve onların medyalarının ağırlıkla üzerine durduğu konular olmuştur. Bu kapsamda mevcut veriler ışığında Covid-19 salgının çıkış istasyonu olduğu bilinen Çin'in resmi haber ajansı Xinhua'nın haberine göre; Son yıllarda, Covid-19 salgını, tedarik zinciri kesintileri, aşırı hava koşulları ve uluslararası kargaşadan etkilenen küresel tahıl piyasası büyük bir darbe aldı. Dünya çapında Birleşmiş Milletler ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar, "durumun daha da kötüye gittiği" ve dünyanın "2. Dünya Savaşı'ndan sonraki en ciddi insani krizle" karşı karşıya kalabileceği konusunda uyarıda bulundu. Habere göre, Ukrayna krizinin

kışkırtıcısı ve perde arkasındaki itici gücü olan ABD meyvelerini topluyor. ABD'deki birçok büyük tarım devi, gıda krizinden bir servet kazanıyor. Şu anda, küresel gıda tedarik zinciri etkilendi, uluslararası gıda fiyatları yükseldi, birçok düşük gelirli ülkenin başı dertte ve aç insan sayısı artmaya devam ediyor. Hem Ukrayna hem de Rusya önemli tahıl ihracatçıları ve Rusya aynı zamanda önemli bir kimyasal gübre ihracatçısı. Ukrayna'daki krizin tırmanması ve Batı'nın Rusya'ya yönelik yaptırımları gübre maliyetlerini yükselterek gıda fiyatlarının yükselmesine neden oldu. Birleşmiş Milletler Dünya Gıda Programı'nın yayınladığı verilere göre, 2019'dan bu yana dünyada ciddi gıda kıtlığı yaşayan insan sayısı iki kattan fazla artarak 345 milyona ulaştı. Bu teşkilatın bir sözcüsü, mevcut gıda krizinin emsalsiz olduğuna ve bölgesel huzursuzluk, iklim değişikliği, yeni virüs salgını ve artan fiyatların dört ana neden olduğuna dikkat çekti. Ukrayna'daki krizin tırmanmasından bu yana, "güney dünyasında" birçok insan için gıdaya erişim son derece zor hale geldi. Dünya Bankası Başkanı Malpass, bu yılın (2022) Nisan ayında Ukrayna'daki krizin küresel gıda fiyatlarını yükselttiğini ve bundan en çok yoksulların etkilendiğini söyledi. Dünya Bankası tahminlerine göre, gıda fiyatlarındaki her %1'lik artış, dünya çapında 10 milyon insanı aşırı yoksulluğa itecek. Ayrıca enerji fiyatlarındaki artışın ulaşım, üretim ve diğer bağlantıları etkilemesi gıda fiyatlarının da bir miktar yükselmesine yol açarak gıda krizini şiddetlendirmiştir. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü baş ekonomisti Maximo Torrero geçtiğimiz günlerde Ukrayna'daki krizin devam etmesi halinde Rusya ve Ukrayna'nın bu yıl ve önümüzdeki yıl buğday, mısır, gübre ve diğer ürünlerin ihracatını önemli ölçüde azaltabileceğini söyledi. Torrero, "Gübredeki yükselen fiyatlar, diğer bölgelerdeki birçok çiftçi için bunu karşılanamaz hale getirecek ve ayrıca hasadı etkileyecek ve gıda fiyatlarını arttıracaktır" açıklamasında bulunmuştur (Çin Xinhua Haber Ajansı, 2022).

Dünyada gıda ve tarım ile ilgili uluslararası örgütler salgın ve savaş yokken bile özellikle Afrika gibi yeterli beslenme konusunda dezavantajlı coğrafyaların sorunlarına çözüm aramakta ancak yine de bu sorun ile baş edememekte idi. Zaten zorlu olan koşulların üzerine salgın ve savaş gibi mevcut durumu daha da kaotik hale getiren sorunlar besine ulaşma sıkıntısı yaşayan ülkeleri ve insanları daha da zor günlerin beklediğini işaret eder gibi durmaktadır.

Dünya Gıda Programı (WFP), Norveç'ten gelen yaklaşık 500.000 dolarlık katkı için onlara teşekkür eden bir açıklamada, yaklaşık 6,3 milyon insanın - veya 10 haneden üçünün - gıda güvensizliği riski altında olduğunu ve yardıma ihtiyacı olduğunu söylemektedir. Son WFP anketleri, ailelerin yüzde 61'inin ani gelişen acil durum karşısında ya daha az yediğini, daha az besleyici gıdalar tükettiğini ve hatta öğünleri atladığını gösterdi (Alman Inselstaat Haber Ajansı, 2022).

Yedi yıl önce, dünya liderleri son derece iddialı bir hedef belirlediler: 2030'a kadar açlığı bitirmek. Bu hedef artık her zamankinden daha uzak. Birleşmiş Milletler, kıtlıktan sadece bir adım uzakta olan “açlık acil durumlarında” insan sayısının 2019'da 135 milyondan 345 milyona sığradığını tahmin ediyor. BM insani yardım şefi, Somali'de kıtlığın "kapıda" olduğu konusunda uyardı. Kuraklığın harap ettiği Afrika Boynuzu'nda 22 milyon kişi açlık tehlikesiyle karşı karşıya. Pakistan'ın neredeyse üçte biri sular altında ve besi hayvanlarının beşte dördü kadarı öldü. Güney Çin'de kuraklık ve sıcak hava dalgası ekinleri riske atıyor. Bunları iki büyük ihracatçı ülke olan Rusya ve Ukrayna'nın savaşı sonrası ortaya çıkan enerji ve gübre fiyatlarındaki artışlar takip ediliyor (The Guardian, 2022).

BBC Somali Temsilcisinin haberine göre, Somali'de bulunan, Çocukları Koruma Ajansı, Somali'nin orta ve güney bölgelerinin, insanların yeterince yağmur almaması nedeniyle kötü bir durumla karşı karşıya bulunmakta. Ajans, savaşların ve yağmur eksikliğinin, bir yıl önce Somali'yi vuran şiddetli kıtlıktan kurtulan insanların durumunu daha da kötüleştirdiği konusunda uyardı. Çocukları Koruma Ajansı, yağmur yağmaması nedeniyle tarlalarda beklenen hasadın gecikmesinin beklendiğini söylüyor. Örgüt, yaklaşık 1,4 milyon yerinden edilmiş insanın, gıda arzının artacağı beklentisiyle gıda kıtlığıyla karşı karşıya kalmanın eşiğinde olduğunu söylüyor ve sorunu çözmek için acil mali yardım çağrısında bulunuyor (BBC Somali, 2022).

Dünya Gıda Örgütü başkanı David Beasley ABD Kongre üyeleriyle yaptığı konuşmada, Rusya ve Ukrayna'nın dünya pazarındaki buğday ve gübre ihracatının önündeki engelleri kaldırmaması halinde yaşanacak tehlike konusunda uyarıda bulundu. Beasley, gelecek yıl tüm dünyada yiyecek kıtlığı olabilir ve bu hayatımızda görmediğimiz bir kriz olacak dedi. Beasley, küresel enflasyon ve gıda fiyatlarının fırladığı 2008'de dünyanın elli ülkesinde huzursuzluk ve protestoların patlak verdiğini hatırlattı. Bugünkü durum çok daha kötü. Ve dünyanın birçok ülkesinde istikrarsızlığın ortaya çıktığını zaten gördük. Beklenen birçok zor koşul Sri Lanka'da oldu, bu istikrarsızlığı Mali'de, Çad'da, Burkina Faso'da gördük” (Urduvoa.com, 2022) diyerek aslında dünyada bugün küçük gibi görünen ama gelecekte geniş ölçekte hissedilebilecek tehlikelere vurgu yapmaktadır.

Uluslararası Para Fonu başkanı, dünya ekonomisinin Ukrayna'daki savaşın neden olduğu benzeri görülmemiş arz kesintisi nedeniyle bir gıda krizi riskiyle karşı karşıya olduğu konusunda uyardı. IMF'nin genel müdürü Kristalina Georgieva, Davos'ta düzenlenen Dünya Ekonomik Forumu'nda “gıdaya makul fiyatlarla erişim konusundaki küresel kaygının tavan yaptığını” söyledi (The Times, 2022).

Her ne kadar uluslararası medya kuruluşları yaşanmakta olan gıda krizi konusunda birbirine benzer ve ortak kaygıyı dile getirse de ülkeler ve yöneticiler de medya kuruluşları aracılığı ile krizin siyasi sebepleri ve sonuçları hakkında açıklamalar yapmaktadırlar. Dünyanın petrol, su ve maden gibi savaş sebeplerinden sonra artık gıda gibi yeni bir maddesi olduğu da söylenebilir.

Rusya Dışişleri Bakanı Sergei Lavrov, dünyadaki gıda krizinin Rusya'nın Ukrayna'ya müdahalesinden çok önce başladığını söyledi. Lavrov'a göre krizin nedenleri, diğer şeylerin yanı sıra, salgın ve Batılı ülkelerin sorunları yanlış hesaplamalarıydı. Bu sözler Rusya Dışişleri Bakanı Lavrov tarafından Al Arabiya TV kanalına verdiği röportajda ifade edildi. Lavrov, mevcut durumun sorunu daha da kötüleştirdiğini sözlerine ekledi. Ancak sonuçta Rusya'nın kendisini ve müttefiklerini Ukrayna rejimine karşı savunmaktan başka çaresi kalmadı" dedi. Ayrıca bakan, Batı yaptırımlarının krizi şiddetlendiren gıda tedarikindeki kesintinin temel nedenlerinden biri haline geldiğini kaydetti. Lavrov, "Yaptırımlar, Rus gemilerinin herhangi bir yere gitmesini yasaklıyor, Rus şirketlerinin her türlü lojistik faaliyetini ve altyapı kullanımını yasaklıyor. Bu gıda krizinin gerçek nedenlerini görmek istiyorsanız, birinin aynaya bakması gerekiyor." dedi (Rusya TASS Haber Ajansı, 2022a).

İtalyan medyasının önde gelen kuruluşu Corriere Della Sera'ya göre FAO, dünyada yetersiz beslenme riski taşıyanların pandemi öncesi seviyelere kıyasla nasıl 150 milyon arttığının altını çiziyor. 2021'de Dünya nüfusunun %9,8'i aç kaldı ve 2030'da 670 milyon civarında insan yeterli yiyecek bulamamaya devam edecek. Fao, Ifad, Unicef, Dünya Gıda Programı ve DSÖ tarafından her yıl derlenen "SOFI 2022" raporunun istatistikleri can sıkıcı bir portre çiziyor: 2015'ten beri açlığın ilerlemesi gerçekten durdurulamaz görünüyor. Raporun dikkate aldığı yıl olan 2021'de, 2019'a kıyasla neredeyse iki puanlık bir artışla dünya nüfusunun %9,8'i açlık çekiyor. Yine 2021'de tüm insanlığın %29,3'ü gıda güvensizliği koşullarındaydı, bu nedenle yeterli ve düzenli beslenemiyordu. Covid-19 salgını öncesi dönemle kıyaslandığında bu rakamın 350 milyon kişi arttığı görülüyor. Daha da şaşırtıcı olanı, ciddi tıbbi ve psikolojik sonuçları olan gıda güvensizliğinden muzdarip olanların sayısı: 924 milyon insan ve bu sayı 2018'den 207 milyon daha fazla (Corriere Della Sera, 2022).

Rusya'nın ABD Büyükelçisi Anatoly Antonov yaptığı açıklamada, Rusya'nın Ukrayna'daki askeri operasyonuyla bağlantılı olarak Batı'nın Rusya karşıtı kısıtlayıcı tedbirler ve yaptırımlar dalgasının küresel bir gıda krizini tetiklediğini söyledi. Antonov "Gıda güvenliğine gelince, küresel gıda krizini körükleyen, ABD liderliğindeki kolektif Batı tarafından uygulanan Rus karşıtı kısıtlama dalgasıydı. Bunun temel nedenleri, bir dizi gelişmiş ülkenin bilgisizce gerçekleştirdiği makroekonomik adımlar, iklim değişikliği ve Covid-19 salgını"

dedi. Antonov'a göre mevcut durumdan çıkmanın "ancak tahıl ve gübrelerin, Rusya da dahil olmak üzere dünya pazarlarına sorunsuz erişiminin sağlanmasıyla mümkün olduğunu" kaydetti. "Ancak burada da bir sorun var. Amerika'nın Rusya karşıtı kısıtlayıcı tavrı bu durumu zorlaştırıyor ve birçok bölgesel işletme Amerika tarafından açık şekilde tehditlerle korkutuluyor ve bu nedenle Rusya ile iş bağlarını sürdürmeye cesaret edemiyorlar." ifadesinde bulundu (Rus TASS Haber Ajansı, 2022b). Buradan da anlaşıldığı gibi gıda ürünleri bu yüzyılda caydırıcı bir silah gibi kullanılacak ve toplumları yıldırmada veya terbiye etmede önemli bir unsur olarak değerlendirilebilecek metaller olabilir. Özellikle birbirleri ile kadim sorunları olan ülkeler hemen hemen her meselede dünya ölçeğinde ve "insanlık yararına" odaklı düşünmek yerine kendi güç pozisyonlarını sağlamlaştırmak amacıyla her aracı kullanabilmektedir.

Birleşmiş Milletler resmi olarak küresel nüfusun 8 milyara ulaştığını ilan ederek son birkaç on yılda ve gelecek on yıllardaki büyük büyümeyi vurguladı, ancak bu durum aynı zamanda dünya çapında gıda kıtlığı ve fiyatlara ilişkin endişeleri artırdı. Küresel olarak gıda yardımı sağlamaya odaklanan bir Birleşmiş Milletler kuruluşu olan Dünya Gıda Programı'na (WFP) göre her gece yaklaşık 828 milyon insan yatağa aç giriyor. WFP'ye göre 2019'dan bu yana, önemli gıda güvensizliği ile karşı karşıya kalan insan sayısı 135 milyondan 345 milyona yükseldi (ABCNews, 2022).

Dünya Gıda Programı (WFP), Covid-19 salgını ve Ukrayna'daki savaşın şiddetlendirdiği gıda krizlerine çözüm arayan kuruluşların ön saflarında yer aldı. 150 milyondan fazla kişiye yardım sağlayan BM ajansı, dünyanın en büyük insani yardım programını temsil ediyor. İcra direktörü David Beasley, 11 Kasım 2022 Cuma günü Paris Barış Forumu'na konuşma yapmak üzere davet edildi. Le Monde ile yaptığı bir röportajda, gıda güvenliğine yönelik ana tehditleri ayrıntılarıyla anlatan Beasley, "Yemen, Afganistan, Etiyopya ve Güney Sudan'dan sonra Somali de kıtlıkla karşı karşıya olan ülkeler listesine girebilir" dedi ve Sahada durum nedir? sorusuna; "*Kıtlığın kapısını çalan ülkelerin başında Somali geliyor. Ekimlerini ve verimlerini arttıran yağmurlu mevsimler yaşamadılar ve enflasyonist gıda fiyatları, çatışma ve iklim şoklarından muzdaripler. Şimdi benzeri görülmemiş bir yardımla müdahale ediyoruz. Kıtlığı önleyip önleyemeyeceğimiz konusu net net değil ama mevcut durumu olabildiğince çabuk tersine çevirmek için her şeyi yapacağız. Somali'deki güvenlik durumu çok ama çok kırılğan. El Şebab'a ve bizim erişimimizi engelleyen tüm gruplara lütfen insani haklara saygı duymaları çağrısında bulunuyoruz. İhtiyacı olan insanlara ulaşmakta zorlandığımız yerler var ve konuştuğumuz gibi pazarlık yapıyoruz*" diye yanıt verdi (Le Monde, 2022).

Dünya Ekonomik Forumu'ndaki iş dünyası liderleri ve politikacılar, dünyanın giderek büyüyen bir gıda krizi ile karşı karşıya olduğunu, bu krizlerin mevcut sorunları daha da büyütmesinin muhtemel olduğunu belirttiler. Diğer yandan ülkelerin kendilerini koruma altına alma refleksleri bir panik etkisi oluşturulmakta ve bu yaklaşım sorunu daha da büyütmektedir. Ülkelerdeki korumacılık önlemleri, önce petrol ve türevleri, sonra endüstriyel metal, gıda kalemleri olarak devam ediyor. Dünyanın en büyük şeker üreticisi ve Brezilya'dan sonra en büyük ikinci ihracatçı olan Hindistan stratejik bir karar daha aldı. Yurt içi fiyatların yükselmesini önlemek için bu sezonun ihracatını 10 milyon tonla sınırlayarak altı yıldan beri ilk kez şeker ihracatına kısıtlamalar getirdi. Ekonomi açısından önemli görüşmeler yapıldığı Davos'ta korumacılık ön plana çıkıyor ve ülkelerin tam anlamıyla bir ticaret savaşından kaçınmak için acil müzakere çağrılarına yol açıyor. Gıda ve gübre ihracatına kısıtlamalar getiren yaklaşık 20'den fazla ülke var ve bu sadece sorunu daha da büyütüp işleri daha da kötüleştirebilir (Borsagündem.com, 2022).

Görüldüğü üzere son yıllarda tüm dünyada gıda konusunda hemen hemen her ülke ve politikacı veya uluslararası kuruluş sözcüsü kanaatlerini bildirmiş ve muhtemel tehlikeye dikkat çekmişlerdir. Bu açıklamaların tamamı 2022 yılı içerisinde yapılan neredeyse üzerinden 1 yıl dahi geçmeyen açıklamalardır. Dolayısıyla dünyanın tüm insanların odaklandığı gıda krizi konusu ülkelerin birbirinden kopuk ve münferit yapacağı açıklamalar ile değil tüm insanlığın topyekûn paydaş olması ile çözülebilecek bir sorundur.

1.5. Buğday Krizi ve Panik Etkisi

Rusya-Ukrayna savaşının başlamasından bir süre sonra ortaya çıkan buğday krizi, Covid-19 salgını ile zaten iyiden iyiye kendini hissettirmeye başlayan gıda krizinin çok farklı bir boyut kazanmasına neden olmuştur. Aslında savaşın başlaması ile çok da fark edilmeyen ancak yine önemli bir gıda maddesi olan “Ayçiçek yağı” tedarikinde yaşanan sıkıntılar sorunun tek başına savaş olmadığını gösterdi. Uluslararası ölçekte market raflarının boşalması ve Ayçiçek yağına ulaşmada meydana gelen zorluk bu gıda maddesinin neredeyse değerli madeni eşya muamelesi görmesini sağlamıştır. Dünya henüz bu krizi atlatabileceği üzerine buğday krizinin baş göstermesi durumları daha da sorunlu hale getirmiştir. Kaldı ki Rusya-Ukrayna savaşı ile siyasi açıdan oluşan geniş kutuplaşma ortamı ve neredeyse Rusya ile diyalog zemininin kalmaması dünyayı çok daha fazla etkileyebilecek bir gıda sorunu ile karşı karşıya bırakma potansiyeli taşımaktadır. Ancak Türkiye'nin NATO üyesi olmasına rağmen savaşın başından bu yana sürdürdüğü itidalli yaklaşım bu sorunun çözümünde kilit rol oynamasına sebep olmuştur. Salgın ve savaş ile gerilen dünyada bu

durumun sürdürülebilir olması tüm dünyanın yararına olacaktır. Üstelik Türkiye etrafında gelişen bu olaylarda jeopolitik konumundan dolayı en fazla etkilenebilecek ülkelerin başında gelmektedir. Dolayısıyla Türkiye'nin mevcut pozisyonu bu konjonktürde kendi tarım ve gıda altyapısını destekleyici tedbirler almasının önünün açmaktadır.

Bugün dünya buğday üretiminde Çin en büyük üretici, Hindistan ikinci ve Rusya üçüncü en büyük üretici konumundadır. Ukrayna, dünyanın en büyük sekizinci buğday üreticisidir. Hindistan'da ülkenin kuzey, batı ve orta kesimlerindeki eşi benzeri görülmemiş sıcak dalgaları ve son 100 yılın en sıcak dönemi olan Mart ve Nisan ayları, buğday tanesinin %20'sinin büzülmesiyle %6 oranında önemli bir verim kaybına neden olmuştur. Punjab, Haryana, Madhya Pradesh ve Uttar Pradesh gibi önemli tahıl üreten eyaletlerin çoğunda Mart'tan Nisan'a kadar devam eden olağandışı sıcak hava koşulları nedeniyle üretimin düşmesi beklenmektedir. Örneğin, Pencap Tarım Bakanlığı tarafından her yıl yapılan ekin kesme deneylerine göre, eyaletin hektar başına verimi geçen yıla göre %5-10 oranında düşmüş olabileceği ifade edilmektedir (Journals of India, 2022).

Henüz Rusya-Ukrayna savaşının başlamadığı dönemde bile buğday ile ilgili krizin ayak seslerinin duyulduğu konu hakkında uzman kişilerin açıklamalarından anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, Uluslararası Un Sanayicileri ve Hububatçılar Birliği (IAOM) Avrasya Başkanı Eren Günhan Ulusoy'un 2020 yılında yaptığı açıklamada; Küresel iklim değişikliğinin, tarım sektörünü de yakından etkilediğini söylediğini görüyoruz. Yağış rejimlerindeki değişiklik başta olmak üzere küresel iklim değişikliğinin yarattığı sorunların, Türkiye'nin tarımsal üretiminde de zaman zaman dalgalanmalara neden olduğunu ifade eden Ulusoy, şunları kaydetti: *"Buğday üretiminde ekim alanlarının artırılması kısa vadeli çözümdür. Orta ve uzun vadede verimlilik artışını sağlamak için tarımda dijital devrim gerçekleştirmek gerekiyor. Türkiye'de hektar başına 3 ton buğday üretiliyor. Bu rakam Avrupa'da 4,5 ton, hatta bazı bölgelerde 6 tona kadar çıkıyor. Dünya ortalaması ise 3,4 ton. Daha etkin yöntemler uygulanarak, mevcut alanlardaki üretim verimini üst noktalara çıkarmalıyız."* Buğdayın stratejik öneminin pandemide tekrar gündeme geldiğine dikkati çeken Ulusoy, ülkelerin bu süreçte buğday stoklamaya başladığını belirtti. Yüksek buğday alımlarının fiyatların yükselmesine de sebebiyet verdiğini anlatan Ulusoy, Türkiye'nin de küresel gelişmelerden bağımsız olmadığını kaydetti. Gelecek dönemde kuraklığa bağlı olarak tarımsal üretimde bir düşüş yaşanacağını da belirten Ulusoy, Türkiye için bir kıtlık senaryosu beklemediğinin altını çizdi. (Anadolu Ajansı, 04.12.2020).

Her ne kadar hemen hemen her ülke buğday krizini kendi ülkelerinde derinleşmesini engellemek için tedbirler almış olsa da mevcut durumda dünyada buğday krizi olmadığını iddia eden açıklamalar da bulunmaktadır. Bu açıklamalardan birinde dünyanın saygın politika ve ekonomi dergilerinden olan Foreign Policy’de Taber (2022) yaptığı açıklamada “Rusya’nın Şubat ayında Ukrayna’yı işgal etmesinden kısa bir süre sonra, küresel bir buğday kıtlığına dair panik dolu manşetler çıktı. Bir ekin bilimcisi olarak bunun doğru olmadığını biliyordum. Sadece bölgesel arz sıkışıklığı gerçektir: Karadeniz’den tahıl tedarik eden ülkeler birdenbire tahıl daha uzaklardan sipariş etmek zorunda kaldı ve bu da tedarik zincirlerini alt üst etti. Ancak bu küresel bir kıtlık değildi. Hindistan, Avustralya ve başka yerlerdeki rekor mahsuller sayesinde herkesi beslemeye yetecek kadar ürün vardı. Sadece taşımak zorunda kaldık. Yine de bunun böyle olacağını okuduğunuz haberlerden tahmin edemezsiniz. Gıda tedarik zincirlerinin kapsamı, spekülasyonu ve ticaret kısıtlamalarını tetikleyerek sorunu daha da kötüleştiren korkutma taktikleri ve çarpıtma içeriyordu. 2022 yılı Temmuz ayı başlarında, küresel emtia fiyatları nihayet spekülasyondan ziyade gıdanın mevcudiyetini yansıtacak şekilde düştü. Yine de panik asılsız olsa da, neden olduğu ıstırap gerçek, muazzam ve gereksizdi” diyerek ortada bir buğday krizi olmadığını ancak spekülasyon haberlerinden fırsat sağlayan işletmeler olduğunu bildirmektedir.

Genelde dünyada genel ve yerel ölçekte meydana gelen kaotik durumlarda fırsatçılık yapanların olduğu bilinen bir gerçektir. Ancak günümüzde dünya nüfusunun geldiği nokta, iklim değişikliği, salgın ve savaşlar tedbirli olunması gerektiği konusunda uyarılar vermektedir. Bir kısım ülkeler bu durumu ciddiye almasa da bazı ülkeler de gıda sektöründe oluşabilecek arz daralmasına karşı tedbirli olunması konusunda açıklamalar yapmaktadırlar. Bu haberlerden birine göre; Çin yönetimi halkın kış ayları için gıda stoku yapmasını tavsiye ederek bu duruma son zamanlarda meydana gelen sellerde tarım arazilerinin zarar görmesi gerekçe gösterildi. Çin Ticaret Bakanlığı resmi web sayfasında, "Kış ayları için gıda stoku yapın" çağrısında bulundu. Çin’de yerel eyalet birimlerine de "zorlu kışa hazırlanın" talimatı verildi. Gıda sevkiyatını ve güvenliğini zora sokmayacak önlemlerin alınması istendi. Meydana gelen sel olayları nedeniyle bazı tarım arazileri zarar gördü, fiyatlar arttı. Çin yönetiminden gelen bu uyarı ülke kamuoyunda endişelere sebep oldu. Çin yönetiminin bu tavrının nedeni son haftalarda artan sebze ve meyve fiyatlarıdır. Ülkede yıl süresince baş gösteren sel olaylarıyla uğraşmak zorunda kalan halkın tarım arazilerinin zarar görmesi sebebi ile sebze ve meyve fiyatları çok yüksek seviyeye ulaştı. "Stok yapma" ve "hazırlıklı olma" uyarılarının sebebi yetkililer tarafından bu şekilde açıklanırken, halk başka sebeplerin olduğuna inanıyor. Aslında halk arasında ülke yönetiminin

bu stok uyarısının arka planında Tayvan’a yönelik muhtemel bir saldırıya ilişkin planlarla ilgili olduğunu düşünenler de var (TRT Haber, 2021).

Yapılan açıklamalar ve verilen haberler incelendiğinde dünya medyasında gıda krizi ve buğday krizinin küresel ölçekte ses getirdiği görülmektedir. Ancak bu krize dair çözüm geliştirme çalışmalarında henüz bir mutabakat oluşmadığı aksine politik ve ekonomik gerekçelerle sürecin münferit tedbirlerle geçirtilmeye çalışıldığı görülmektedir.

Sonuç

İnsanoğlunun gözünü dünyaya açtığı günden dünyaya veda ettiği güne kadar günlük olarak ihtiyaç duyduğu en temel maddelerden birisi “gıda”dır. Dünya nüfusunun az olduğu dönemde dahi salgınlar, savaşlar ve doğal afetler ile insanoğlu yeterli gıdaya ulaşma konusunda “kıtlık” yaşadığı dönemler olmuştur. Ancak günümüzde dünya nüfusunun ulaştığı nokta, sanayileşme ile beraber tarımsal alandaki işgücünün kentlileşen topluma karışması üretenin az tüketenin çok olduğu bir dönemi beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla ortaya çıkan beşeri ve doğal felaketlerin ortaya çıkarabileceği gıda krizi konusu zamanında ve doğru şekilde algılanmalı ve buna yönelik tedbirler geliştirilmelidir. Bu çalışmada, dünyanın ve medyasının salgın sonrası ve savaş dönemi süreçte gıda ve buğday krizini nasıl algıladığı, nasıl hissettiği ve aldığı tedbirler ile bu krizi nasıl okuduklarına dair açık verilerin ortaya konulması amacıyla yapılmıştır. Çalışmada yapılan literatür taramasında genellikle, uluslararası ve ulusal medya takibinde ise halen devam etmekte olan Rusya-Ukrayna savaşını da içine alan Covid-19 sonrası dönem göz önüne alınmıştır. İncelenen resmi ve gayri resmi açıklamalar dünya medyasının gıda ve buğday krizine çok fazla yer verdiği görülmektedir. Genel itibariyle tüm açıklamaların değindiği konu salgın süreci ve henüz salgın dönemi geçmemişken ortaya çıkan Rusya-Ukrayna savaşının zaten mevcut olan genelde gıda krizinin özelde ise Ayçiçek yağı ile başlayan ve buğday krizi ile devam eden spesifik ürünlerdeki tedarik sürecinin sekteye uğramasının Afrika gibi bazı coğrafyalar için daha trajik olabileceğidir. Sonuç olarak beslenme ihtiyacının giderildiği en temel gıdalarda oluşabilecek arz veya tedarik sıkıntılarının genelde ve lokalde önemli sağlık sıkıntılarına sebep olabileceği ve çocuklar gibi dezavantajlı grupların bu sağlık sıkıntılarından daha fazla etkilenebileceği tespit edilmiştir. Ancak zamanında ve yeterince alınacak uluslararası önlemler sorunları yok etme veya azaltma kapasitesine sahiptir.

Kaynakça

1. ABC News, 2022. Küresel nüfus 8 milyara ulaşırken dünya gıda güvensizliği kriziyle karşı karşıya. <https://abcnews.go.com/International/world-faces-food-insecurity-crisis-global-population-reaches/story?id=93347906> (Erişim tarihi; 22.11.2022).
2. Akter, S. (2020). “The impact of COVID-19 related ‘stay-at-home’ restrictions on food prices in Europe: findings from a preliminary analysis”. Food Security, 12(4), 719-725.
3. Anadolu Ajansı (2020). (Gökhan Ergöçün, Tuba Şahin) Pandemi sonrası için kıtlık uyarısı. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/pandemi-sonrasi-icin-kitlik-uyarisi/2065397> (Erişim; 15.08.2022).
4. BBC Somali 2022. Somali'de durum kötüye gidiyor. https://www.bbc.com/somali/war/2012/07/120705_xaaladasomalia (Erişim Tarihi; 13.09.2022)
5. Borsagündem, 2022. Gıda krizi, korumacılığı arttırıyor. <https://www.borsagundem.com/haber/gida-krizi-korumaciligi-arttiriyor/1663779>. (Erişim; 15.10.2022).
6. Budak, F. ve Korkmaz, Ş. (2020). COVID-19 Pandemi Sürecine Yönelik Genel Bir Değerlendirme: Türkiye Örneği. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi, (1), 62-79.
7. Euronews (2022). <https://tr.euronews.com/2022/05/10/ukrayna-savas-afrika-gibi-uzak-bir-k-tada-bile-g-da-krizini-korukledi> (Erişim, 10.08.2022).
8. Ceylan, R.F. & Özkan, B. Assessing Impacts of COVID-19 on Agricultural Production and Food Systems in the World and in Turkey. Gaziantep University Journal of Social Sciences 2020 Special Issue 472-485
9. Corriere Della Sera.2022. (Alessio Cozzolino 06 Temmuz 2022). BM, israf ve kıtlığı kınadı: Açlık çeken insan sayısı 821 milyona yükseldi. https://www.corriere.it/pianeta2030/22_luglio_06/sprechi-carestie-l-onu-denuncia-sale-821-milioni-numero-persone-che-soffrono-fame-9d3d826c-fd45-11ec-9409-69d0fa31673b.shtml . (ErişimTarihi; 10.08.2022).
10. HLPE (High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition). 2020. Food Security and Nutrition: Building A Global Narrative Towards 2030. Report #15. High Level Panel of Experts (HLPE), Committee on World Food Security. <http://www.fao.org/3/ca9731en/ca9731en.pdf>.

11. Inselstaat Haber Ajansı, 2022. *Sri Lanka'daki gıda krizi için büyük endişe*. https://www.zeit.de/news/2022-08/06/grosse-sorge-ueber-lebensmittelkrise-in-sri-lanka?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (Erişim Tarihi; 14.09.2022).
12. Journals of India. Wheat Crisis in India. 2022. <https://journalsofindia.com/wheat-crisis-in-india/#:~:text=India%20suspended%20the%20export%20of,in%20neighbouring%20and%20vulnerable%20nations>. (Erişim; 15.11.2022).
13. Le Monde, 2022. “ II. Dünya Savaşı'ndan bu yana en kötü insani ve gıda kriziyle karşı karşıyayız'. https://www.lemonde.fr/en/environment/article/2022/11/14/we-are-facing-the-worst-humanitarian-and-food-crisis-since-ii_6004258_114.html
14. Özberk, İ., Atay, S., Altay, F., Cabi, E., Özkan, H., Atlı, A. (2016). Türkiye'nin Buğday Atlası. WWW-Türkiye. Büyük Postane Cad. No:19, İstanbul. ISBN: 978-605-9903-07-3.
15. Reuters, 2022. <https://www.reuters.com/world/imf-says-ukraine-war-prompts-worst-global-food-crisis-since-least-2008-2022-09-30/>
16. Taber, S. 2022. The Solution to the Global Food Crisis Isn't More Food. <https://foreignpolicy.com/2022/10/08/global-food-shortage-wheat-panic-ukraine-war-supply-chains-agriculture/> (Erişim; 15.11.2022).
17. Tanno, K., Willcox, G. (2006). How Fast Was Wild Wheat Domesticated? www.sciencemag.org/cgi/content/full/311/5769/1886/DC1, Erişim tarihi:28.07.2017.
18. TASS Haber Ajansı(a), 2022. Lavrov, dünyadaki gıda krizinin Rusya'nın Ukrayna'ya başlattığı harekâttan çok önce başladığını söyledi. <https://tass.ru/politika/14522959> (Erişim tarihi; 14.08.2022).
19. TASS Haber Ajansı (b), 2022. Antonov, gıda krizinin Rusya'ya yönelik bir yaptırım dalgasıyla bastırıldığına inanıyor. <https://tass.ru/politika/15064435> (Erişim tarihi; 14.08.2022).
20. The Guardian, 2022. Guardian'ın küresel gıda krizine bakışı: bu sadece başlangıç. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/sep/07/the-guardian-view-on-the-global-food-crisis-this-is-just-the-beginning> (Erişim tarihi; 14.10.2022).
21. Time 2022, By Scott H. Irwin April 14. <https://time.com/6166810/ukraine-global-food-crisis/>. (Erişim tarihi; 11.09.2022).

- 22.Trt Haber, 2021. Çin'de halka çağrı: Kış için gıda stoklayın!!
<https://www.trthaber.com/haber/dunya/cinde-halka-cagri-kis-icin-gida-stoklayin-622474.html>. (Erişim. 13.09.2022.).
- 23.The New York Times, 2022. Ayçiçek Yağı Ukrayna Savaşı Devam Ederken "Yok Oldu". (By Christine Hauser).
<https://www.nytimes.com/2022/04/30/world/europe/cooking-oil-shortage-ukraine.html> . (ErişimTarihi; 10.08.2022).
- 24.The Times, 2022. “Dünya gıda krizinin eşiğinde”.
<https://www.thetimes.co.uk/article/world-is-on-the-brink-of-food-crisis-0nxtjbnkx> (ErişimTarihi; 10.08.2022).
- 25.Urduvoa.com, 2022. Gelecek yıl daha önce hiç görülmemiş bir gıda krizi olabilir.
- 26.Varol, N., Selimoğlu, E., ve Gültekin, T. (2019). Anadolu’da İklimle Bağlı Kıtık Afeti ve Risk Yönetimi, Antropoloji, 37, 81-89. DOI: 10.33613/antropolojidergisi.539216
- 27.Vavilov, N.I. (1987). Origin and Geography of Cultivated Plants. The University Press, Cambridge
- 28.Xinhua Haber Ajansı, 2022. Küresel gıda krizinin arkasında ABD var.
http://www.news.cn/world/2022-09/08/c_1128987954.htm. (Erişim Tarihi; 13.09.2022)

**"ALP KADINDAN FENOMENLİĞE"
KÜLTÜREL BİR DEĞİŞİM YOLCULUĞU***

Berrin SARITUNÇ

*Dr. Öğretim Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi,
Sakarya Dil Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi, Sakarya/Türkiye
berrinsaritunc@subu.edu.tr, 0000-0001-8662-6562*

** Bu çalışma 8-10 Mart 2022 tarihleri arasında Gazi Üniversitesi tarafından düzenlenen "Türk Dünyasında Alp Kadın" sempozyumunda sunulmuş
"Alp Kadından Sosyal Medya Uygulamalarındaki Kadın Tipine Kültürel Bir
Dönüşümün Anatomisi" adlı çalışmanın genişletilmiş şeklidir.*

Toplumsal hayatta bireylerin yaşam biçimi olan kültür, dinamik öğeleriyle bir sürekliliğe sahiptir. Kültür, kodlarıyla tutunarak, geçmişten geleceğe taşınan imgeler içerir. Bu kodlar, kültürün mensubu bulunduğu toplumda aktarılmasını ve kuşaklar arası iletimi sağlayarak bireylerin yaşam tarzlarını temin etmektedir. Bu anlamda Türkler, köklü kültürleri ve tarihleriyle kadim dönemlerden beri var olmuş ve farklı coğrafyalarda dahi kültürel kimliklerini muhafaza etmeyi başarmışlardır.

Türklerde kültürel aktarımın tarihselliği, kültür kodlarının toplumlar arasında birbirleriyle olan münasebetlerine göre ilerlemiş ve iletişim ağlarıyla bilgi künyeleri kuşaktan kuşağa aktarılmıştır. Kültürel aktarımın zamansal evreni dediğimiz bu pratik döngü, modern zamanlarda farklı aktarım yollarını da beraberinde getirmiştir. Eski devirlerde kültürel aktarımda bireysel ilişkiler, gelenek, görenek ve alışkanlıklar daha çok etkili iken günümüzde söz konusu aktarımda sosyal medya uygulamaları da ön plana çıkmaya başlamıştır. Kültürel aktarımda sosyal medya uygulamaları bu anlamda üzerinde durulması gerekli olan bir husustur.

Kadın bir toplumun dinamik gücüdür. Kadının aydınlanması, toplumun aydınlanması ile koşut bir karakter arz etmekte ve kadına verilen değer bir toplumun uygarlık seviyesini gösterdiği de bir gerçektir. Cinsiyet ayrımcılığının had safhada olduğu ataerkil aile yapılarında kadına değer verilmemesi onu pasifize etmekte ve isimsizleştirmektedir. Yine bu doğrultuda tarihsel gelişmelerin yaşandığı coğrafyalarda kadına yönelik şiddet ve onu yok sayma da tarihi gerçeklerden biridir.

Bu minvalde düşünüldüğünde Türk kültürünün kadına değer vermekte olduğu ve onu çekirdek aile yapısı içinde kayda değer bir yere konumlandırmakta olduğu görülmektedir. Öyle ki Ziya Gökalp, Türk aile yapısını analiz ederken, kadının bu yapı içinde konumlandığı yere işaret etmekte ve Türk toplumunda kadınla erkeğin yan yana bulunduğunu, Hakan'ın dahi sol tarafına aldığı hatunu ile elçileri kabul ettiğini ifade etmektedir. Yine törenlerde, kurultay, ibadet ve ayinlerde dahi hatunların da hazır bulunmasının olmazsa olmaz olduğu görülmektedir (Gökalp, 1990, s.158-159). Kültürel süreklilik içinde kendisine verilen değerle toplumun temel yapıtaşı olan kadın bu anlamda Türk kültür tarihinde ideal bir modele dönüşen ‘‘alp tipi kadın’’ olarak ön plana çıkmış ve tarihsel gerçeklikte adını destanlara dahi yazdıracak rol model olmuştur. Dolayısıyla tarihsel süreçte her zaman yaşamın içinde yer alarak kahramanlıklara konu olmuş Kara Fatmaların ve Nene Hatunların olduğu şanlı tarihimizdeki kadın kahramanlar Türk edebiyatının da en çok işlenen konuları arasında yer almıştır. Ancak bu güçlü kadınların adı akademide yeterince yer bulamamıştır. İlknur Bektaş'ın Milli Mücadelede Bir Kadın Üstteğmen: Kara Fatma adlı kitabında

şöyle demektedir:

“Örneğin Dünya Kadınlar Günü adına yapılan çalışma ve toplantılarda genellikle dünyaya mal olmuş başarıları ile meşhur olan kadınlar bir bir sayılır dökülür. Bunların neredeyse %100’ü Avrupalıdır. Ne yazık ki o methiye cümlelerinde bizim millet olarak esamemiz bile geçmez. Maalesef dünyanın sayılı başarılı örnek kadınlarının arasında bizimkilerin adı sanı yok. Çünkü onların yaptığını hala kanıksamamış bir bilinç ve bu hususta araştırma çalışmalarını tamamlamamış bir nesil var karşımızda.”(Bektaş, 2013:33)

Bektaş aynı kitabında kadınlarımızdan esirgenen vefa konusunda şöyle demektedir: *“ Kara Fatma düşman cephelelerinde savaşmış, kendi cephesinde vefasızlıktan kaybetmişti.” (Bektaş, 2013:34)*

Mustafa Kemal’in söylediği *“Dünyada hiçbir milletin kadını ben Anadolu kadını kadar himmet gösterdim diyemez”* sözünde Nene Hatunların, Kara Fatmaların, Şerife Çavuşların, Halime Bacıların fedakârlığını, diğerkamlığını görmektedir. Kara Fatma üzerine çalışmalar yürüten Gonca Akay şöyle belirtmektedir. Çocukluk ve genç kızlık zamanları annesinin ölümünden sonra erkek kardeşine bakması, evin tüm işleriyle ilgilenip babasının tekrar evlenmesine imkân vermemesi, eksikleri gidermeye çalışan anaç bir yapıya sahip olması *“Bir gün babasının karşısına dikilip evde asla başka bir kadını istemem.”* dediğinde henüz sekiz yaşındadır. (Akay,2010:5)

Değişim, gerek toplumsal gerekse bireysel hayatın kaçınılmaz bir gerçeğidir. Toplumun en küçük ögesi konumundaki kültürel kodlarda meydana gelen değişiklikler tüm toplumu etkilemektedir. Bunu da en hızlı ve en etkili şekilde gerçekleştiren unsur elbette ki sosyal medyadır. Sosyal medya, toplumları değiştirip dönüştürerek aslında kendi değerlerini kendisi belirlemekte, kimi değerleri geri dönüşüme gönderirken insanlara neyi sevip sevmemeleri, neleri yapıp yapmamaları gibi konularda direktifleri bazen direkt bazen de alt metinlerle vermektedir. (Sarıtunç, Şanver: 2022, 123)

Toplumsal değişimin temeli olan kültürel kodlarda meydana gelen bu değişim ve dönüşümdeki olumsuzluklar elbette ki hayatın pek çok alanında olduğu gibi inanç dünyamızı, dinimizi, değerlerimizi anlama ve yaşamamızı da etkilemiştir.

Bulduğumuz yüzyılda toplumları etkileyen başat güç kabul edilen sosyal medyadaki kadın arasındaki uçurumun gittikçe derinleşmesi kadın algısında değişmelere yol açmaktadır. Türk alp kadın tipi yerine daha fazla görünür olmak, kazanabilmek, takipçi arttırmak adına tüm yaşamını gözler önüne seren bir kadın algısının ön plana çıkması üzerinde durulması gereken bir konudur. Bu açıdan bakıldığında kültürel aktarımın modern yollarından olan sosyal medya uygulamalarında kadın gerçeğinin Türk alp kadınına karşı adeta tezat teşkil

ettiği görülmektedir. Tür kültürünün temel dinamiklerinden olan kadının tarihi misyonundan hareketle bu hususa dikkat çekmenin gerek aile yapısı gerekse temel kültür bileşenlerinin bugünden geleceğe sağlıklı taşınmasında etkili olacağı yadsınamaz.

1-Türk Kültüründe Aile ve Alp Kadın

İnsanlığın ilk dönemlerinden itibaren ataerkil aile yapıları içinde ön plana çıkan cinsiyet ayrımcılığı, kayda değer bir insanlık sorunudur. Bu hususta bilhassa kadına yönelik olumsuz yaklaşımlar söz konusu toplumların kültür kodlarında da tutunmuş ve yüz yıllarca işlerlik kazanmıştır. Örneğin tarihte Çinliler, kız çocuğuna isim verme gereği bile duymamışlar; Hintliler, kız çocuğunun evleninceye değin baba, o yoksa erkek kardeşlerinin vesayeti altında bırakmışlardır. Yine tarihsel bir gerçek olarak İslamiyet öncesi Arap toplumunda kız çocuklarının diri diri toprağa gömülmeleri de kadının maruz kaldığı gerçeklerdendir (Çağatay, 1989, s.135). Bu kültürel ve tarihi gerçekler kız çocuklarının dolayısı ile kadının zayıf karakterli oluşu, tek başına varlığını sürdüremeyecek donanımına sahip olmadığı ve adeta bir utanç vesikası biçiminde görülmesinden kaynaklı kültürel yaklaşımlardan kaynaklanmaktaydı.

Türk kültür tarihinde ise çocuk ve kadın kayda değer bir yer tutmakta ve toplumsal yapının dinamiklerini oluşturmaktadır. Öyle ki Dede Korkut Hikâyelerinde kadın ve çocuk önemli birer kültürel motif şeklinde ön plana çıkmakta ve bu imgelerin toplum ve ailenin özellikle temeli olduğu vurgulanmaktadır. Nitekim toplumsal imgelerden olan ve ailenin de temelinde yer alan çocuk, mevcut hikâyelerin temel argümanları arasındadır.

Bu kültürel söylemde çocuk, kadına annelik gibi üstün bir vasıf kazandıran temel koşul olarak belirtilmektedir. Kendisine değer verilen bir öge olarak çocuk eğitiminin de ön plana çıktığı Dede Korkut Hikâyeleri (Ergin, 1964, s.1) çocuk, kız çocuğu ve kadına değer veren Türk kültür kodlarının da işaret edildiği müstesna metinlerdir.

Türk tarihi ve kültürünün kaynaklık ettiği Türk destanlarında ideal insan, “alp” tipi ile ön plana çıkmaktadır. Yine topluma model olarak gösterilen tiplerden bilge tipi, kadın tipi gibi tiplerde bulunmaktadır. Bu anlamda Alp, yiğit, cesur ve kahraman manalarına gelmektedir. Kadim Türklerin bu ismi bireylere vermesi bunlardaki cesurluk ve yiğitliğe işarettir (Çobanoğlu, 2007, s.100). Kültürel süreklilikte bu baskın tiplerin model olarak sunumu mevcut kültür dairesinin yapı taşlarındandır. Türk kültüründe aile pederi bir yapı arz etmektedir. Bu aile tipinde babanın mutlak hâkimiyeti söz konusu olmayıp, bilhassa kadın ve çocuğun birçok haklarının olduğu görülmektedir (Onay, 2012, s. 350). Dolayısı ile Türklere çekirdek aile modeli ön plana çıkmakta olup, tek eşli evliliğin

yaygın olduğu dıştan evlilik yapılmaktaydı (Ögel, 1988, s. 237). Yine Türk aile modelinin kadim devirlerden beri gelişimi ve tekâmülü söz konusu olup (Türkdoğan, 1993, ss.1-38), bu esas, mevcut kültürel sürekliliğin de dinamiklerinden olmuştur.

Türklerin çocuklar arasında cinsiyet ayrımı yapmaması onların kadına bakışları hakkında da bizlere fikir vermektedir. Çocukluktan sonraki aşamalarda da genç kız, evli kadın ve anne simgeleri mevcut değerlerin sonraki zamanlarda da sürdüğünü göstermektedir (Tellioglu, 2016, s.213). Türk kültüründe kadın gerçekten önemlidir. O daima adı ile anılmış (Anıl, 2004, s.2). Kimliği ve statüsü asla ihmal edilmemiştir. Kadının hem Türk çekirdek ailesinin temelinde yer alan imge olması hem de onun toplumsal gerçeklikte eklektik bir kültür kodu olmasından hareketle Türk destanları da kadını kayda değer bir konuma oturtmuş ve ona biçtiği rollerle kadının varlığı ve kimliğine yaptığı atıflarla farkındalık yaratmıştır. Yine Aslan (2019, s.465)'ın da ifade ettiği gibi Türk kültüründe törenin çocuk ve kadın halklarını koruma altına aldığı da tarihi bir gerçekliktir. Arap seyyah İbn Fazlan'ın Türk illerini gezip gözlemlerini yazdığı seyahatnamesi de Türk toplumunda kadının yerine dair bizlere fikir vermektedir. Gezgini, gözlemlerinde Türk toplumunda gayrimeşru ilişkilerin olmadığını ve kadınların aile içinde ve toplumda saygın bir yerinin olduğunu, sofraya bile erkeklerle birlikte oturduklarını belirtmektedir (İbn Fazlan, 1975, s.31). Bu yaklaşım birçok toplumda bilhassa cinsel meta haline getirilerek değer verilmeyen kadının Türk kültüründe ne denli önemli bir mevkide yer aldığının da tespiti olarak ön plana çıkmaktadır.

Türk destanlarına baktığımızda Yaratılış Destanı “Ak Ana” adlı bir kadınla tanrıya yaratacakları hakkında fikirler vermiştir. Oğuz Kağan'ın eşlerinin insanüstü varlık oluşu da kayda değerdir. Yine Türk tarihinin mümtaz yazılı belgeleri olan Orhun Yazıtlarında Bilge Kağan, kitabesine, Kağan ve anne gibi kadınlara hitapla başlamaktadır. Yine Kırgızların Manas Destanı, kadını yükseltmekte ve evin namusunu koruyan temel imge olarak ortaya koymaktadır (Saçkesen, 2007, ss.490-491).

Mehmet Kaplan'ın Türk edebiyatının tüm ürünlerini bir kefeye Dede Korkut'u diğer kefeye koysam Dede Korkut ağır basar dediği kültürümüzün en kıymetli eserlerinden DEDE Korkut Hikayelerinde kadına verilen önem dikkate şayandır.

“Dede Korkut dilinden ozan der: *Kadınlara dört türlüdür. Birisi solduran toptur. Birisi dolduran soptur. Birisi evin dayacağıdır. Birisi ne kadar dersin bayağıdır.*” Kitapta bu dört grup içinde ele alınan kadınlar çeşitli tip özellikleriyle tanıtılmakta ve bunlardan sadece kendisinden, “evin dayacağı” (evin direği, temeli, dayanağı) olan şöyle tasvir edilmektedir; “*Ozan, evin dayacağı olan odur ki, kırdan*

yabandan eve bir misafir gelse, kocası evde olmasa, o onu yedirir içirir, ağırlar azizler gönderir. O, Ayişe, Fatma soyundandır hanım. Onun bebekleri yetişsin. Ocağına bunun gibi kadın gelsin.” (Kaplan, 1998:18)

Tuncer Baykara, Türk kültür tarihi ve içtimai hayatında kadına verilen değerin bir yansıması olarak onlara ait şehirlerin olduğundan bahisle konuya açıklık getirmekte ve Hatun şehirleri adıyla bilinen söz konusu şehirlerin kökeninin bilhassa savaş dönemlerinde kadın ve çocukların muhkem yerlerde konumlandırılmış, girilmesi güç bölgeler olduğunu beyan etmektedir. Vadilerde su ve otlığın bol olduğu yerleşimlerde oluşturulan bu şehirler zamanla buralarda farklı tesislerin de imar edilmesi ile hatun şehirleri olarak anılmıştır. Hunlar dönemi de de varlığından haberdar olduğumuz bu şehirler Hazarlarda da Uygurlarda da bulunmakta idi (Baykara, 1997, ss. 53-62). Bu eşsiz örneklerin Türk kültüründe kadına verilen değeri göstermesi bakımından ayrı bir önemi vardır. Yukarıda belirtilen hususlar çerçevesinde Türk kültüründe yer alan aile ve kadın imajı Alp kadın tipi ile ön plana çıkmış ve tarihsel olarak Türk kültür kodlarında dinamik bir yer almıştır.

2-Sosyal Medya Uygulamaları ve Kadın

İletişim bağlamında internetin kullanımı anlamında ortaya çıkan sosyal medya ifadesi, kullanıcılara herhangi bir baskı ve kısıtlamadan muaf büyük bir iletişim alanı sunmaktadır. Bireyler bu vasıtalar ile deneyimlerini ve düşüncelerini daha fazla insanla paylaşma imkânı bulmaktadırlar (Solis ve Breakenridge, 2009, s. 17).

Günümüzde iletişimin çok yönlü olarak gelişmesi ve buna olan ihtiyacın artması sosyal medya kullanımını ön plana çıkarmıştır. Uzakları yakın eden, sınırları ortadan kaldıran teknoloji, yakınları da uzaklaştırarak bireyleri en yakınları ile farkında olmadığı sınırlarla ayırmıştır (Fidan-Şentürk, 2016, s.70). Bu ayrım bireylerin birbirleri ile olan diyaloglarının bitmesine yol açmış ve kültürel aktarımda bir araç olarak ifade edilebilecek olan sosyal medya uygulamalarının tesiri bu anlamda ortaya çıkmaya başlamıştır.

Kültürel aktarımın günümüzde en etkili yollarından olan sosyal medya uygulamaları ortaya yeni yaklaşımlar çıkarmıştır. Sosyal medyanın ve sosyal paylaşım hesaplarının günümüzde bireysel ve toplumsal yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesiyle birlikte mahremiyet ihlallerinin görünür hale geldiği ve bunun çoğunlukla sosyal medya uygulamaları aracılığıyla gerçekleştiği görülmektedir.

Kökleri Arapça ‘mahram’ sözcüğüne محرم dayanan ‘mahremiyet’ sözcüğü Türkçe’de gizlilik, yasaklılık anlamlarına gelmektedir (Öğüt, 2003, s. 388). Kelime hakkındaki tartışmalar anlam ve kavram bakımından uzun yıllara dayansa da sosyal medya uygulamalarının hayatımıza girmesi ve neredeyse hayatlarımızın merkezinde

yer almasıyla bu kavram tekrar gündeme gelmiştir. İnsanoğlu yaşamaya devam ettikçe var olacak olan toplumsal değişimler ve gelişmeler, mahremiyet kavramının insan var oldukça yaşamaya devam edeceği anlamına gelmektedir. Sosyal mecralara bu bağlamda yansıyan mahremiyet ihlallerinin en çok dikkat çekenlerinden biri ise anne-kız ilişkilerindeki mahremiyet ihlalleridir. Kişisel hesapları üzerinden yüksek sayıda ‘takipçi’ye ulaşan anneler çeşitli sponsorluklar yoluyla kazançlar elde etmek için çocuklarının mahrem nitelik taşıyan değerlerinden tutun da temel ihtiyaçlarına kadar düzenli paylaşımlar yapmakta ve çocuklarının özel yaşamlarının mahremiyetini ihlal etmektedirler. Bu mahremiyet ihlalinin anneler tarafından ticari gelir kapısı olarak algılanmasıysa mahremiyet ihlalinde bulunan annelerin sayısını gün geçtikçe artırmaktadır. Ticari düşünüş biçimleri ile mahremiyet ihlallerine sebebiyet veren ve bununla beraber geniş kitlelere ulaşan annelerin kitleler tarafından destek görmesi de değişen ve olumsuz bir biçimde dönüşen mahremiyet algısına bir işarettir. Bu şekilde süregelen mahremiyet ihlalleri, normalleştirilmeye çalışılan istismar örnekleridir. Kimlik gelişimi tamamlanmayan ve mahremiyet dâhil olmak üzere değerlerinin farkında olacak düzeyde bilişsel gelişim aşamasına ulaşamayan çocukların anneleri tarafından böylesine metalaştırılması, onlarda oluşması beklenen değer anlayışına da verimsiz bir zemin hazırlamaktadır. Özellikle anneleri tarafından ticari ürün haline getirilen kız çocukları, büyüdülerinde anneleri gibi birer anne olma yolunda ilerleyebilecek ve mahremiyet ihlaliyle beraber yanlış değer algısı da nesilden nesile -yanlış bir biçimde- aktarılmış olacaktır. Annelerin sosyal medyada paylaşım yaparken annelik olgusunu ve kızlarının mahremiyetlerini ve haklarını istismar etmeden, çocuklarını ticari birer ürün haline getirmeden ve çocuk haklarını ihlal etmeden paylaşım yapmaları gerekmektedir. Bu konuda toplumsal farkındalık kazandırılması büyük önem arz etmektedir.

Sosyal medyanın günümüzde etkin olarak ön plana çıkması iletişime ait kimi değerlerin yerini sosyal medyanın belirlediği yeni değerlerle değiştirmesine yol açmıştır. Bu durum iletişimi dolayısı ile kültürel kalıpların bireyler arasında aktarılmasında da etkiler ortaya koymaya başlamıştır.

Bu durumda sosyal Medya uygulamalarına baktığımızda Türk alp kadın tipi yerine daha fazla görünür olmak, kazanabilmek, takipçi arttırmak adına tüm yaşamını gözler önüne seren bir kadın tipinin karşımıza çıktığı görülmektedir. Tarihsel süreçte her zaman yaşamın içinde yer alarak kahramanlıklara konu olmuş Kara Fatmaların ve Nene Hatunların olduğu şanlı tarihimizle, bulunduğumuz yüzyılda toplumları etkileyen başat güç kabul edilen sosyal medyadaki kadın arasındaki uçurum gittikçe derinleşmektedir.

Kadınların en çok kullandıkları sosyal medya ortamlarının başında Facebook, Pinterest ve Instagram gelmektedir. Fotoğraf paylaşımında kadınlar, erkeklerle kıyasla daha fazla zaman ayırıp ve daha fazla paylaşım yapmakta (Anderson,

2015'ten aktaran Fidan-Şentürk, 2016, s.70) ve yaptıkları paylaşımlarla yer yer mahrem hayatlarını da görünür kılmaktadırlar. Mahrem hayatın söz konusu paylaşımlarla ifşa edilmesi bu hususun adeta normalleşmesini de sağlamakta ve kültürel yozlaşmaların da önünü açmaktadır.

Teknolojinin gelişmesi ile ortaya çıkan yenilikler topluma da yansımaktadır. Toplumu meydana getiren bütün unsurlarda değişikliğe neden olan iletişim teknolojileri, alışkanlıklardan kültüre, profesyonel özelliklerden özel hayata, eğitim sisteminden kişisel alışkanlıklara kadar birçok konuda değişikliğe neden olmaktadır (Fidan-Şentürk, 2016, s.66). Bu değişiklik kültürün devamlılığında etkin rol oynayan aktarma döngüsünü de etkilemekte ve yer yer kültürel erozyonlara da yol açmaktadır.

Anthony Giddens, modernleşme adımlarının toplumları geleneksel kültür kalıplarından uzaklaştırdığını ifade ederken, söz konusu değişimlerin eskiden yaşanan değişimlerden daha etkili ve toplumu başkalaşmaya yönelttiği tesirler ortaya koyduğunu iddia etmektedir (Giddens, 2012, s.12). İletişim teknolojileri ve sosyal medyanın bilhassa cinsiyet ayrımında kadını görsel bir meta haline dönüştürmesi ise geleneksel toplum yapısında zedelenmelere yol açmakta ve sonraki kuşaklara aktarılması gereken kültür kodlarında da olumsuz bilgi ve davranış kalıplarının ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

3-Kültürel Dönüşüm ve Kadın

Alp kadından, sosyal medya uygulamalarındaki kadın tipine doğru dönüşüm, aynı zamanda kültürel bir dönüşümün olduğu anlamına da gelmektedir. Bu kültürel dönüşüm toplumsal yapılarda kimlik ve cinsiyet ayrımlarına da eklenmektedir. Kültürel aktarımda etkin rol oynayan bireyler arası ilişkilerde yeni yaklaşımlar ve davranış kalıpları ortaya çıkarmaktadır.

Destanlarında ve kadim metinlerinde kendisine üstünlük hatta kimi zaman kutsallık atfedilen Türk alp kadın modelinin sosyal medya uygulamalarındaki kadın tipi ile tezat teşkil ettiği görülmekte bu durum ise kadının toplumsal yapıda itibarını her geçen gün zedelemektedir.

Türk toplumu içinde saygın bir yeri olan ve bu misyonunu yine kendi kültürel dinamiklerinden alan kadın imgesinin uğradığı bu erozyon ise ondaki kutsal değerleri de her geçen gün yıpratarak kadını kendi değerinden uzaklaştıracak bir yöne evrilmektedir. Bu konuda zamanın ihtiyacı olarak ön plana çıkan iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın gerektiği biçimde ve kadının olmazsa olmazı olan mahremiyet kavramını da koruyacak yaklaşımlarla kullanımının gerekliliği kesinlikle yadsınamaz.

Sonuç

Bir toplumun yaşam biçimi olan kültür, söz konusu toplumun geleceğe taşınmasını da temin eden temel dinamiktir. Kültürün temel öğeleri olan kültür kodları ise kültürün mensubu bulunduğu toplumda aktarılmasını ve kuşaklar arası iletimi sağlayan temel varyantlardır.

Kadim dönemlerden beri varlığını muhafaza eden Türk kültürü, cinsiyet ayrımı yapmadan ortaya koyduğu birey ve aile anlayışı ile de ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda Türkler, kültürleriyle ve tarihleriyle kadına verdikleri değer ve ortaya koydukları yaşam biçimleriyle var olmuşlardır.

Türk kültüründe model olan tiplerden alp tipi ise yiğit ve kahraman imgeleri taşıyan bireylerdir. Alp tipinin kadın yaklaşımı ile ortaya çıkan alp kadını ise Türk kültüründe yer alan kadın imajının rol modelidir. Alp kadını zor şartlarda yetişmiş, gerektiğinde bir savaşçı, gerektiğinde evinin babası, gerektiğinde ise üretime katılan bir birey olarak ön plana çıkmıştır. Türk destanları alp kadını toplumsal statüde en üst mevkiye eklemlerken, ona yer yer kutsaliyet de atfederek varlığını muhkemleştirmiştir. Alp kadını her türlü koşulda var olmayı başarmış ve birçok toplumda ezilen horlanan kadın imajının da rol modeli olmuştur.

Kültürel aktarımın devingenliği içinde anlamını muhafaza eden kadın, modern zamanlarda farklı aktarım yollarının ortaya çıkması ile kazandığı yeni imajla toplumsal yapıda ön plana çıkmaya başlamıştır.

Sosyal medya uygulamalarının toplumları yönlendirmedeki basat güçlerden biri olarak ortaya çıkması onu kültürel aktarımda temel araçlardan biri yapmıştır. Bu anlamda sosyal medya uygulamalarının üstlendiği rol göz önünde bulun durulduğunda söz konusu platformların doğru kullanılmasının önemi de yadsınamaz.

Dikkatsiz ve gelişigüzel kullanılan sosyal medyanın bilhassa kadın mahremiyetini olumsuzlayarak geleneksel kültürel değerlerde yozlaşmaya yol açmasının alp kadınına tezat teşkil eden bir kadın imgesinin ortaya çıkmasına yol açtığı görülmektedir. Bu doğrultuda kişisel hesapları üzerinden yüksek sayıda takipçiye ulaşan anneler, çeşitli sponsorluklar yoluyla kazanç elde etmek için kendilerini, çocuklarını ve ailelerini de söz konusu platformlarda fütursuzca paylaşıyorlar. Kızının ilk menstruasyonunu paylaşan, halka açık yerde çocuğunu emzirdiği fotoğrafını ifşa eden veya çocuğuyla anlaşmalar yaptığı firmalardan gelir elde eden annelerin burada şu soruyu kendilerine sorması gerekir. Bu paylaşımlar ilerde çocuğuma zarar verir mi? Onun rızası olmadan yaptığım bu anlaşmalar, çekimler ilerde onu utandırabilir mi? veya sağlıklı bir kişilik gelişimi gerçekleştirebilir mi?

Tüm bunları düşünmeden yapılan paylaşımlar sonucu Türk kültür kodları ve alp kadın tipi ile uyuşmayan bir kadın algısının ortaya çıkmasına sebebiyet

vermekte Türk alp kadın tipi yerine daha fazla görünür olmak, kazanabilmek, takipçi arttırmak adına tüm yaşamını gözler önüne seren bir kadın algısının ön plana çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

Geleneksel kültürel değerlerden uzaklaşan cinsiyet ayrımlarının yapıldığı ve kadını sahip olduğu tarihi değerden uzaklaştıran bu gelişmeler toplum nezdinde olumsuz davranış ve bilgi kalıplarının da ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu hususta zamanın gereği olarak kaçınılmaz biçimde kullanılan iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın daha dikkatli kullanımının gereği de her geçen gün daha önemli olmaktadır. Bu doğrultuda Türk eğitim müfredatında ders olarak okutulan medya okur-yazarlığının da önemi bir kez daha ortaya çıkmakta ve kaliteli bir sosyal medya ve iletişim kullanımının kültürel değerlerle ilişkisinin kavranması ise hayati bir gereklilik olarak bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Unutulmamalıdır ki kadın değişir, öğrenirse dünya değişir.

KAYNAKLAR

1. Anıl, A. Y. (2004). Kutadgu Bilig’de Kadın, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi* 32, 1-9.
2. Aslan, N. (2019). Aile Anlayışı ve Çocuk, *Türk Dünyası Araştırmaları*, TDA Mart - Nisan 121(239), 457-466.
3. Akay, G.E. (2010), Kara Fatma, İstanbul: Alfa Yayıncılık, 33-34.
4. Baykara, T. (1997). *Türk Kültürü Araştırmaları*, İzmir: Akademi Kitabevi,
5. Bektaş, İ. (2013), Mili Mücadelede Bir Kadın Üsteğmen Kara Fatma, İstanbul: Timaş Yayınları, 5-6.
6. Çağatay, N. (1989). *İslâm Dönemine Dek Arap Tarihi*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayını.
7. Çobanoğlu, Ö. (2007). *Türk Dünyası Epik Destan Geleneği*, Ankara: Akçağ Yayınları.
8. Dede Korkut Kitabı. Yay. Haz. Muharrem Ergin. İstanbul: Boğaziçi yayınları, 1998.
9. Ergin, M. (1964). *Dede Korkut Kitabı*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
10. Gökalp, Z. (1990). *Türkçülüğün Esasları*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayını.
11. İbn Fazlan (1975). *İbn Fazlan Seyahatnâmesi*, (R. Şeşen). İstanbul: Bedir Yayınevi.
12. Kaplan, Mehmet. Tip Tahilleri; Türk Edebiyatında Tipler; Türk Edebiyatı Üzerinde Araştırmalar III. İstanbul: Dergah Yay., 1985.
13. Ögüt, S. (2003). Mahrem, *TDV İslam Ansiklopedisi*, 27, 388-389.
14. Onay, İ. (2012). Eski Türk Toplumunda Aile Düzeni ve Bunun Dini, Siyasi Hayata Yansımaları, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6, 347-357.
15. Saçkesen, A. (2007). Er Tabıldı Destanında Kadın Tipler, *Turkish Studies*, 3, 489-495.
16. Tellioglu, İ. (2016). İslam Öncesi Türk Toplumunda Kadının Konumu Üzerine, *A. Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 55, 209-224.
17. Türkdoğan, O. (1993). *Türk Ailesinin Genel Yapısı, Sosyo-Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi*, C. 1, Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.
18. Fidan, Z.-Acar Şentürk, Z. (2016). Sosyal Medyada İletişim ve Kadınlar Üzerine Bir Değerlendirme, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2), 64-82.

- 19.Sarıtunç, B.- Şanver, M. (2022). Toplumsal Değişme Bağlamında Sosyal Medya Uygulamalarının Ortaya Çıkardığı Yeni Bir Kavram: “Medya Dindarlığı” Üzerine Bir Değerlendirme, Serüven Yayınevi, 123.
- 20.Sarıtunç B.- Yavuzer R. (2016). Savaşın En Acı Yüzü Kadın, Sakarya Üniversitesi, Savaş ve Kadın Sempozyumu, 134.
- 21.Sarıtunç B.- Kumlay B. (2022) . Instagram’daki Anneler ve Kızları PaylaşımlarınınDeğerler Özelinde İncelenmesi, Ege Üniversitesi Yayınları, 8-19.
- 22.Solis, B. ve Breakeyridge, D. (2009). Putting the Public Back in Public Relations, New Jersey: Pearson Education.
- 23.Giddens, A. (2012). Modernliğin Sonuçları, 5. Baskı. (Çev.: E. Kuşdil), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

RUSYA-UKRAYNA SAVAŞINDA TÜRKİYE’NİN ARABULUCULUK ROLÜNÜN RASYONALİTESİ

Abdullah TORUN¹

*Doç. Dr., İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü,
ORCID: 0000-0002-9870-3550*

Giriş

Soğuk Savaş'ın ve iki kutuplu sistemin sona ermesinin ardından 1990'lı yılları "kafa karışıklığı" içerisinde geçiren Rusya, 24 Şubat 2022 tarihinde Ukrayna'ya karşı 19. yüzyıl tarzı topyekün bir savaş başlattı. Uluslararası hukuka ayrılığı tartışmasız biçimde açık olan ve Rusya'nın, Çarlık Rusyası hayallerini realize etmeyi amaçlayan bu saldırı, bölgesel ve küresel sistemde bulunan aktörlerin iç ve dış politikalarında önemli etkilere neden oldu. Türkiye hem bir bölge ülke olması, hem de Rusya ile tarihsel boyutları da bulunan yoğun ilişki içerisinde bulunması nedeniyle Ukrayna Savaşı'nda tarafsız ve aynı zamanda arabuluculuk rolü bir politika izlemeyi tercih etti. Bu çalışmada, bazı Uluslararası İlişkiler kuramlarının devleti rasyonel bir varlık olarak varsaymasından hareketle, Rusya-Ukrayna Savaşı'nda Türkiye'nin tercih ettiği arabuluculuk rolünün, Türk dış politikası açısından rasyonelitesi analiz edilecektir. Başka bir ifadeyle, açıklanmaya çalışılan rasyonelite kavramı bağlamında, Rusya-Ukrayna Savaşı'nda Türk karar vericilerin rasyonel hareket etmedikleri sorunsalı cevaplanmaya çalışılacaktır.

Bu bağlamda çalışma arabuluculuk ve rasyonelite olmak üzere iki farklı kavrama dayanmaktadır. Çalışmamızda öncelikli olarak söz konusu iki kavramın Uluslararası İlişkiler ekseninde analizleri yapılarak kavramsal çerçeve oluşturulmaya çalışılacaktır. Daha sonra, Türkiye'nin Rusya-Ukrayna Savaşı'nda sürdürdüğü arabuluculuk rolü incelenecektir. Son bölümde ise Türkiye'nin savaş sürecinde sürdürdüğü arabuluculuk rolünün Türk dış politikası açısından rasyonelitesi değerlendirilecektir.

Uluslararası İlişkilerde Rasyonelite

Uluslararası İlişkiler disiplininin geleneksel kuramları açısından devlet üniter ve rasyonel bir varlıktır. Bu yaklaşımlar açısından devletin aldığı kararlarla, "raison d'Etat" "hikmet-i devlet" veya "devlet aklı" olarak kavramsallaştırılan, devletin ülkesi için en iyi ve rasyonel karar veren bir varlık olduğu düşünülür. Ancak, uluslararası politikanın temek aktörü konumunda bulunan devletler, dış politika kararlarını bazı kurallar, araçlar, amaçlar ve sınırlılıklar çerçevesinde alırlar ve uygulamaya çalışırlar. Devletlerin bu kararları alırken rasyonel davranıp davranmadıkları uluslararası politika alanının tartışma konularından biridir.

En genel manada "rasyonelite" bir ülkenin dış politika araçları ile dış politika amaçlarını birleştirme çabasıdır (Efegil, 2012a: 75). Rasyonellik ve rasyonelite konusu üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında, yedi farklı rasyonelite bulunduğu görülmektedir: Kapsamlı, sınırlandırılmış, bürokratik, örgütsel, kişisel tecrübeye dayalı, olasılık ve sibertenik rasyonelite (Efegil: 2012b: 5). Bu

modellerde genel olarak ortak bazı varsayımlar bulunmaktadır. Bunlar (Sönmezoğlu. 2012: 304):

“a: Devletlerin davranışları bazı adımları bazı adımları gerçekleştirmeye yönelik adımlardır.

b: Karar alıcılar fayda/maliyet karşılaştırması yaparak mevcut çeşitli davranış seçenekleri arasından ülkenin faydasını maksimize edecek tercihi gerçekleştirmeye çalışırlar.

c: Bu, karşılıklı bağımlılığın mevcut olduğu dünyada, diğer ülkelerin amaç ve stratejilerini de dikkate almak durumundadırlar.

d: Karar alıcılar mevcut soruna ilişkin bütün bilgileri elde etme ve derinlemesine inceleme imkanlarına sahiptirler. “

Bu varsayımlarının tümünün geçerli olması ancak ideal rasyonalite durumunda geçerli olabilir. İdeal rasyonalite, bütün seçenekler arasından en iyinin, doğal olarak maksimum faydayı sağlayacak olanın seçilmesidir. Ancak ideal rasyonalitenin gerçekleşme olasılığı oldukça düşüktür. Çünkü zaman sınırlaması, kimi durumlarda karar vericinin yeterli bilgiye ulaşmaması ve ulaşılsa bile elde edilen bilgilerin yoğunluğu ve doğru biçimde değerlendirememesi gibi faktörler ideal rasyonalite yerine, sınırlı rasyonaliteyi ortaya koymaktadır.

Daha çok realist kuramcılarının benimsediği ve “ideal rasyonalite” olarak da bilinen rasyonel aktör modelinin temel varsayımları şunlardır (Efegil, 2012a: 76-77): Öncelikle, karar vericilerin devlet adına karar alırken rasyonel davrandıkları varsayılır (Arı, 2013: 436). Devlet veya devlet adına karar veren resmi kurumlar, tek sesle konuşan, aynı amaca ve aynı bakış açısına sahip, aynı hedefleri düşünen bir bütündür (Efegil, 2012a:76). Rasyonel aktör modelinde yeterli bilgiye ve kapasiteye sahip olan karar vericinin, bir dış politika kararı alırken aşağıda belirtilen yöntemleri uyguladığı düşünülmektedir (Efegil, 2012b):

“ a: Diğer devletlerin davranışları, niyetleri ve kapasiteleri ile uluslararası ve bölgesel düzeyde meydana gelen gelişmeler hakkında detaylı bilgiye sahip olan karar verici, eksiksiz şekilde sorunu tanımlayabilmektedir.

b: Hedefleri objektif bir şekilde öncelik sıralarına göre belirleyebilmektedir.

c: Tüm seçenekleri belirleyebilmektedir.

d: her bir seçeneğin olumlu ve olumsuz sonuçlarını inceleyerek, ideal şekilde kar/zarar hesabı yapabilmektedir.

e: En sonunda karar verici, en çok faydayı sağlayacak seçeneği belirleyebilmektedir.”

Rasyonel aktör modelinin aksine, karar verme sürecinde karar vericinin rasyonel davranmadığını öne süren yaklaşımlar ise bu iddialarını şu varsayımlara dayandırmaktadırlar (Efegil, 2012b: 6-7):

Dış politikayı stratejik analiz boyutuyla değerlendiren çalışmalar ise, ülkelerin uyguladıkları politikanın sonuçlarına bakarak, karar vericilerin başarılı olup olmadıklarını değerlendirmektedir (Efegil, 2012b: 3). Fakat dış politika analizi perspektifinden yapılan çalışmalar, sonuçlardan ziyade, karar sürecine, karar vericiye ve karara ilişkin kapsamlı sorular oluşturarak izlenen politika değerlendirilmektedir (Efegil, 2012b: 3). Bu tarz incelemelerde sürdürülen dış politikanın başarılı olup olmadığı sorgulanmamakta, bu süreçte karar vericinin rasyonel hareket edip etmediği analiz edilmektedir (Efegil, 2012b: 3). Daha geniş bir perspektiften bakmak gerekirse, karar vericinin dış politik araçları ile amaçlarını birleştirme konusunda hedeflenen ve istenilen düzeyde başarılı olup olmadığı sorgulanmaktadır (Efegil, 2022: 3).

Rasyonel aktör modeline yönelik yapılan eleştirilerde, karar vericilerin, seçenekler arasında en iyiyi değil, amaçlarını gerçekleştirebilecek ve çıkarlarını karşılayabilecek seçenek üzerinde karar verdiklerini ve bunun da “sınırlı rasyonalite” biçiminde kavramsallaştırılması gerektiği öne sürüldü (Tayfur, 2005: 85). Rasyonel aktör modelinin aksine, karar verici tam ve eksiksiz bilgiye sahip değildir. Ayrıca, karar vericinin sahip olduğu bilgi çeşitli biçimlerde manipüle edilmiş olabilir. Bu koşullarda karar verici, sorunu doğru bir biçimde yorumlayamaz. Dolayısıyla, karar verici kararlarını belirsizlik sürecinde almak zorundadır. Ayrıca, karar verici sorunu kapsamlı bir biçimde değil, kendi ülkesinin ulusal çıkarları bağlamında tanımlama eğilimindedir. Bunların dışında karar verici, sahip olduğu bilgileri doğru ve kapsamlı biçimde değerlendirebilecek bilişsel kapasiteye sahip olmayabilir. Karar vericinin kararları yorulmadaki yetersizliği, kararların rasyonel biçimde alınmasını olumsuz etkileyecektir. Rasyonaliteyi olumsuz etkileyebilecek bir başka neden, karar verici üzerinde etkili olabilecek içsel ve dışsal bulunmaktadır. Siyasal, sosyolojik ve psikolojik etkilerin yanında devlet ve dışı kurum ve aktörlerin karar verici üzerindeki baskıları kararların rasyonalitesini etkilemektedir. Bu nedenle, soruna sadece ulusal çıkar perspektifinden bakan karar vericinin rasyonel karar verme olasılığı azalmaktadır. Nihayetinde karar verici sınırlı sayıda seçenek arasında tercih yapmak zorunda kalmaktadır. Dolayısıyla, karar verici maksimum faydayı sağlayacak politikayı tercih etmek yerine, kabul edilebilir bir politikayı tercih etmektedir. Bu ise rasyonel karar verebilme olasılığını azaltmaktadır.

Arabuluculuk

Aralarında çeşitli uyuşmazlıklar bulunan devletler, bu uyuşmazlıkları çeşitli yollar deneyerek çözmeye çalışırlar. Uyuşmazlığa taraf olan devletler aralarındaki sorunları çözebilmek için genel olarak barış yolları, zor kullanma ve savaş gibi yöntemleri kullanırlar (Bilge, 1962:197). Bir diplomatik çatışma çözümü ve uyuşmazlık çözümü yöntemi olan arabuluculuk (mediation), “aralarında bir uyuşmazlık çıkan devlet veya milletlerarası kurulların bu uyuşmazlıklarını ortadan kaldırmak amacı ile üçüncü bir devlet veya milletlerarası kulun sarf ettiği gayretler” olarak tanımlanabilir (Bilge, 1962: 200). Başka bir tanımlamaya göre; “devletler arasında bir uyuşmazlık durumunun söz konusu olması halinde, taraflar açısından görüş ayrılıklarını hafifletmek ve anlaşmazlığı bir çözüme bağlanak amacıyla üçüncü bir tarafın yardımına başvurulması yöntemidir” (Sönmezoğlu, 2010: 42).

Arabuluculuk iyi niyet girişimi ve uzlaştırma gibi bir çatışma çözümü yöntemidir. Ancak, arabuluculuk bazı yönleriyle diğer çatışma çözümü yöntemlerinden ayrılır (Sönmezoğlu, 2012:818). İyi niyet girişimi; aralarında sorun bulunan ve çeşitli sebeplerle bu sorunları görüşebilme zemini bulamamış taraflar arasında bu sürecin başlatılması çabası olarak tanımlanabilir. Arabulucu ise yalnızca aralarında uyuşmazlık bulunan tarafları bir araya getirmekle kalmayıp, görüşmelere katılmakta ve taraflara çözüm önerileri sunabilmektedir. Arabulucu uyuşmazlığa taraf olan devletler arasındaki görüşmelerde aktif ve önemli bir rol oynar (Bilge, 1962: 202). Taraflar arasında uyuşmazlıkların azaltılmasına ve çözüme ulaşabilmek için tarafların karşılıklı fedakârlıkta bulunmalarını kolaylaştırmaya çaba gösterir. Bu süreçte arabulucu gerektiğinde nüfuzunu kullanır ancak zorlama yöntemlerine başvuramaz. Ancak arabulucunun çözüm teklifleri bağlayıcı değil, tavsiye niteliği taşımaktadır. Arabulucunun sunduğu çözüm önerileri taraflarca kabul edilmediği takdirde arabuluculuk görevi sona ermektedir.

5 Haziran 2012 tarihinde Birleşmiş Milletler (BM) Genel Sekreterliği’nin hazırladığı “Etkin Arabuluculuk Rehberi” başlıklı rapor, arabulucu statüsündeki aktörlerde bulunması gereken temel özellikleri açıklamıştır (UN, 2012). Buna göre; hazırlık, rıza, tarafsızlık, kapsayıcılık, ulusal ilişkinlik, uluslararası hukuk ve normatif çerçeveler, tutarlılık, arabuluculuk çabasının koordinasyon ve tamamlayıcılığı ve barış antlaşmalarının niteliği arabuluculuk rolünün etkinliğini ve başarısını faktörler olarak değerlendirilmiştir. Arabuluculukta bir diğer önemli özellik, arabulucunun taraflar üzerinde bağlayıcı bir karar alamamasıdır. Dolayısıyla, arabulucunun uyuşmazlığın çözümüne ilişkin önerecekleri sadece tavsiye niteliğindedir. Ayrıca, bir uyuşmazlık durumunda arabuluculuk rolünü üstlenen devletin, öncelikle, tarafsız bir devlet olması

gerekmektedir. Herhangi bir uyuşmazlıkta, arabuluculuk rolünü üstlenen devletin tarafsız statüde olmaması durumunda böyle bir işlevin yapılamayacağı açıktır.

Uzlaştırma (conciliation) durumunda ise uzlaştırıcı, taraflara dorunun çözümüne ilişkin doğrudan görüş bildirmektedir (Sönmezoğlu, 2012: 818). Bu yönü dikkate alındığında, bir çatışma çözümü yöntemimi olarak uzlaştırmacının, arabulucudan daha fazla biçimde etkili olduğu söylenebilir.

Rusya-Ukrayna Savaşı'na Giden Süreç ve Türkiye'nin Arabuluculuk Rolü

24 Şubat 2022 tarihinde Rusya'nın Ukrayna'yı işgali ile başlayan savaşa giden süreç iki kesitte düşünülebilir (TÜBA, 2022: 11). Birincisi; Ukrayna 2004 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Ukrayna siyasi partilerinin keskin bir ayrılığa girmiş olmalarıdır. İkincisi; Rusya'nın 2014 tarihinde Kırım'ı işgal etmesidir. Viktor Yanukoviç'in 2014 yılında ülkeyi terk etmesi, "Meydan Olayları"nı sona erdirmiş ancak Ukrayna'daki istikrarsızlık fiili bir duruma dönüşmüştü (TÜBA, 2022: 11). Rusya'nın Kırım işgaline uluslararası toplum önemli bir tepki göstermemiştir. Uluslararası toplumun Kırım işgalindeki duyarsızlığı, Rusya'nın saldırgan politikalarına zemin oluşturmuştur. Benzer Kiev yönetimi de Rusya'nın Kırım işgaline karşı sesini yükseltmemiş, bir anlamda işgali *de facto* kabul etmiştir. Kiev yönetiminin ve uluslararası toplumun Rusya'nın saldırgan politikalarına göz yumması, Moskova yönetimini cesaretlendirmiş ve nihayet 24 Şubat 2022 tarihinde, Ukrayna'ya karşı meşru dayanağı bulunmayan askeri saldırılar başlamıştır.

Türkiye, Rusya'nın Ukrayna'ya saldırısının kabul edilemez olduğunu belirtmiş ve bu eylemin uluslararası hukukun ağır bir ihlali anlamına geldiğini, ayrıca bölge ve dünya güvenliğine yönelik ciddi bir tehdit oluşturduğunu ilan etmiştir. Türkiye, Rusya'nın Ukrayna saldırısı sonrası yaptığı açıklamada; Ukrayna'nın siyasi birliği, egemenliği ve toprak bütünlüğüne desteğinin devam edeceğini açıklamıştır (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022). Ayrıca Türkiye, BM Genel Kurulu'nda Rusya'yı kınayan karara da olumlu oy vermiştir.

Rusya-Ukrayna Savaşı Türkiye için fırsatları ve krizleri beraberinde sunmuştur (Oktav, 2022: 17-22). Savaş sürecinde tarafsız bir politika izleyen Türkiye, her iki ülke ile ilişkilerini sürdürmeye çalışmıştır. Bu bağlamda Türkiye, daha savaş başlamadan önce, Rusya ile Ukrayna arasındaki gerilim tırmadıkça, Türkiye Ukrayna ile olan ilişkilerinde açık bir şekilde ortaklık arayışına girdi. Bu kapsamda Türkiye ve Ukrayna, 2020 yılında askeri işbirliği antlaşması imzaladılar. 23 Kasım 2020 tarihinde Türkiye-Ukrayna arasında imzalanan Askeri Çerçeve Anlaşması, iki arasındaki ilişkiler için bir çerçeve oluşturmayı ve iş birliğini geliştirmeyi amaçlamaktaydı (Milli Savunma Bakanlığı, 2020).

Türkiye ile Ukrayna arasında, müzakereleri 2011 yılında başlatılan ve 27 Ocak 2022 tarihinde Ankara’da gerçekleştirilen görüşmeler sonucu tamamlanan Serbest Ticaret Antlaşması, Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın 3 Şubat 2022’de Ukrayna’ya gerçekleştirdiği ziyaret esnasında imzalandı. Ayrıca, ziyaret sırasında Erdoğan Ukrayna ve Rusya arasında arabuluculuk teklifinde bulundu. Erdoğan’ın teklifi Zelenski tarafından memnuniyetle karşılandı (Pearson, 2022). Türkiye Ukrayna ile ilişkilerini yakınlaştırmaya yönelik bir strateji sürdürüyor gibi görünse de, Rusya-Ukrayna arasındaki savaşta, Türkiye daha çok pragmatik ve çok yönlü dış politika stratejisini takip etti (Kusa, 2022b). Özellikle NATO ve AB’nin Rusya’ya karşı oluşturdukları ittifak, Türkiye’nin bu süreçte izlediği strateji ile zıtlık oluşturmuştur. Tarihsel ön yargılara ve bir NATO ülkesi olmasına rağmen Türkiye son yıllarda Rusya ile yakın ilişkiler gerçekleştirebilmiş bir ülkedir. Her ne kadar, Suriye ve Libya gibi alanlarda iki ülkenin çıkarları uyuşmamış olsa da, Rusya’ya yönelik yaptırımlara katılmayacağını ilan etmesi, hava sahasını Rusya’ya açık tutması ve her iki tarafla görüşebilen tek NATO (North Atlantic Treaty Organization- Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü) üyesi olması, Türkiye’nin kriz sürecinde sürdürdüğü stratejinin temel unsurlarını oluşturmuştur.

“Dengeli aktivizm” olarak kavramsallaştırılan Türkiye’nin Rusya-Ukrayna Savaşı’ndaki politikasının şekillenmesinde dört temel faktör bulunmaktadır (Pirinççi, 2022): Karadeniz’e kıyıdaş bir devlet olması, Ukrayna ve Rusya ile sahip olduğu ilişkiler, Marmara ve Çanakkale boğazlarına sahip olması ve NATO üyesi bir ülke olması. Bu bağlamda, Rusya-Ukrayna Savaşı’nda Türkiye’nin yürüttüğü arabuluculuk politikasının, Türkiye’nin dış politikasına ilişkin bazı öngörülerde bulunmak gerekirse; bir NATO ülkesi olan Türkiye’nin Batı ittifakını olumsuz etkileyebilir. Bu bağlamda gerek stratejik müttefik ilişkisi içerisinde olunan ABD, gerekse tam üyelik hedefinin bulunduğu ve sürecin işlediği AB ile ilişkiler olumsuz etkilenebilir. Diğer yandan bir yarı-çevre ülkesi konumunda bulunan Türkiye, merkezden bağımsız, ulusal çıkarlarının gerektiği de düşünülebilir. Tarihsel olarak, Birinci ve İkinci Dünya savaşları arası dönemde merkezin zayıflaması sonrası çevre ülkelerin göreceli özerklikleri artmış ve Türkiye bu durumu kendi çıkarları doğrultusunda kullanabilmiştir.

Savaş sürecinde, yukarıda özetlenmeye çalışılan biçimde her iki tarafla da ikili ilişkilerini sürdürmeye çalışan Türkiye’nin, Rusya-Ukrayna savaşında iki temel amacı bulunmaktadır. Birincisi, savaşın bölgesel etkilerini mümkün olabildiğince dar bir alanda tutmak. Çünkü Türkiye, bölgesel istikrarın sürdürülmesini çıkarları açısından hayati derecede önemli kabul etmektedir. İkincisi, Rusya-Ukrayna arasındaki çatışma sürecinde bölgesel etkisini

güçlendirmek. Bu amaçlar doğrultusunda Türkiye arabuluculuk rolü üstlenerek amaçlarını realize etmeyi düşünmektedir.

Arabuluculuk rolü konusunda oldukça geniş bir tecrübeye sahip olan Türkiye'nin¹ Rusya-Ukrayna arasındaki arabuluculuk girişimleri, taraflar arasındaki gerilimin sıcak bir çatışmaya dönüşmesinden önce başlamıştır. Rusya ile Ukrayna arasındaki gerilimin tırmanmaya başladığı Kasım 2021'de, Türkiye, iki ülke arasında tesis edilecek barış sürecinde arabuluculuk rolü üstlenmeye hazır olduğunu açıklamıştır (İNSAMER, 2022). İki arasındaki gerilimin bir sıcak çatışmaya dönüşme ihtimalinin arttığı sıralarda Türkiye, Moskova ve Kiev arasında arabuluculuk yapmaya hazır olduğunu bir kez daha açıkladı. Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü İbrahim Kalın, “Türkiye Rusya ile Ukrayna arasındaki gerilimi azaltmak için her türlü rolü üstlenmeye hazırdır. Bu bağlamda Cumhurbaşkanı Erdoğan her iki ülke lideriyle görüşmeler yürütmektedir aralarındaki sorun ve anlaşmazlıkları çözmek üzere kendilerini Türkiye'ye davet etmiştir” (İNSAMER, 2022) açıklamasıyla savaş öncesi Türkiye'nin pozisyonunu açıklamış oluyordu.

Rusya-Ukrayna Savaşı'nı ilginç kılan, çatışmalarla birlikte, neredeyse eş zamanlı olarak barış görüşmelerinin ve Türkiye'nin arabuluculuk rolünün başlamış olmasıdır. Rusya'nın 24 Şubat'ta Ukrayna'ya işgal hareketini başlatmasından yalnızca dört gün sonra, yani 28 Şubat'ta taraflar Belarus sınırında görüşmelere başlamışlardır. Ancak, Ukrayna Devlet Başkanı Vladimir Zelenski Belarus'un Rusya'ya savaşta destek verdiğini ve tarafsız olmadığını gerekçe göstererek müzakerelerin İstanbul veya Antalya'da yapılması yönündeki talebini Türkiye'ye bildirdi. Ukrayna'nın talebinin Türkiye tarafından Moskova yönetimine bildirilmesinin ardından Kremlin, Ankara'ya, “Rusya'nın Ukrayna'yı işgal etme hedefinin olmadığını; asıl hedefinin Ukrayna'nın nükleer silah üretme kapasitesini sıfıra indirmek olduğunu; bunu da hedefe kilitli bombardımanlarla sağladıklarını” bildirerek yapıcı müzakerelere hazır olduklarını bildirmiştir (BBC Türkçe, 2022).

Rusya-Ukrayna Savaşı'nda Türkiye'nin arabuluculuk rolü, Rusya'nın saldırılarından yaklaşık on beş gün sonra başladı. Bu kapsamda, 10 Mart 2022 tarihinde Türkiye, Rusya ve Ukrayna Dışişleri Bakanları Antalya'da bir araya geldiler. Aynı gün, İstanbul Arabuluculuk Konferansları'nın² sekizincisi, Antalya

¹ Türkiye'nin geçmiş dönemlerde sürdürdüğü arabuluculuk faaliyetleri için bkz. “Uyusmazlıkların Çözümü ve Arabuluculuk,” <https://www.mfa.gov.tr/uyusmazliklarin-cozumu-ve-arabuluculuk.tr.mfa>.

² İstanbul Arabuluculuk Konferansı: Türkiye'nin 2010 yılında BM'de başlattığı “Barış İçin Arabuluculuk” girişimi kapsamında anlaşmazlıkların barışçı yollardan çözümünü amaçlayan bir platformdur. Arabuluculuk ve çatışma çözümü konularında dünyanın önde gelen platformlarından biri haline gelen İstanbul Arabuluculuk Konferansları 2012 yılından beri Türkiye tarafından düzenlenmektedir. https://www.mfa.gov.tr/no_-80_-8-istanbul-arabuluculuk-konferansi-hk.tr.mfa

Diplomasi Forumu (AFD) öncesinde, “Değişen Barış Ortamında Arabuluculuk Mercek Altında” temasıyla düzenlendi. Rusya ve Ukrayna arasındaki çatışmaya barışçıl bir çözüm bulmak amacıyla gerçekleştirilen zirvelerin altıncısı Türkiye’de yapıldı. 29 Mart 2022 tarihinde Dolmabahçe Sarayı’nda gerçekleşen görüşmeler sonrası yapılan açıklamalarda Ukrayna heyeti aralarında Türkiye’nin de bulunduğu sekiz ülkeyi garantör ülke olarak görmek istediklerini belirtmiştir (Hürriyet, 29 Mart 2022).³

29 Mart’ta gerçekleşen İstanbul Dolmabahçe müzakerelerinde Ukrayna tarafı Türkiye’den kırmızı çizgiler konusunda tikanıklık yaşanması durumunda, kişisel ilişkilerin kullanılarak bunların aşılması için “danışabilecekleri” biçimde devreye girilmesini istedi. Moskova’nın da olumlu karşılık vermesinden sonra Türkiye, görüşmeler için güvenli alt yapı sağlayan ülke olmanın yanında, gerektiğinde “kolaylaştırıcılık” desteği verilecek ancak maddelerin içeriğine müdahale etmeyecekti BBC Türkçe, 29 Mart 2022).

Rusya-Ukrayna Savaşı’nda Türkiye’nin arabuluculuk rolü üstlenmeyi istemesinin nedenleri nelerdir? Bu soruya farklı cevaplar verilebilir. Rusya-Ukrayna Savaşı’nda Türkiye’nin arabuluculuk rolü üstlenmesinin ilk ve en önemli hedefi, daha geniş çaplı bir çatışmayı önlemektir (Pearson, 2022). Türk dış politikası statükoyu ve istikrarı savunan bir geleneğe sahiptir. Türkiye Rusya ve Ukrayna arasındaki sıcak çatışmanın olumsuzluklarından en fazla etkilenebilecek ülkeler arasındadır. Dolayısıyla, söz konusu çatışmayı olabildiğince dar alanda tutmak ve bölgesel istikrarı olumsuz etkilememesi Türkiye’nin güvenlik çıkarları açısından önemlidir.

Bir NATO üyesi ülke olarak Türkiye’nin Rusya-Ukrayna arsındaki savaşta arabuluculuk rolü üstlenmesi, NATO çıkarları açısından uygun mudur? Türkiye, bu durumu, çatışma sürecinde NATO’ya olan taahhütlerini yerine getireceğini, ancak, bölgedeki ulusal çıkarlarını da göz ardı edemeyeceğini açıklamaktadır (Pearson, 2022). Bazı yorumlara göre, Rusya-Ukrayna Savaşı’nda Türkiye arabuluculuk rolü ile NATO üyesi olması arasında çıkar çatışması bulunmaktadır (Pearson, 2022). Batı’nın Rusya’ya karşı uyguladığı yaptırımlara katılmayan Türkiye, bu süreçte Rusya ve Ukrayna arasında arabulucu rolü üstlenerek Batı ve Rusya ile ilişkilerini sürdürebilmiştir (Kusa, 2022b). Ancak, Rusya-Ukrayna Savaşı’nda Türkiye’nin arabuluculuk rolüne ilişkin yapılan bazı analizlerde; Türkiye’nin arabuluculuk rolünü kullanarak mevcut krizin dinamiklerini şekillendirdiğini ve böylelikle avantajlar elde etmeye çalıştığı öne sürülmektedir (Kusa, 2022b). Bir başka değerlendirmeye göre; Rusya’nın Ukrayna’yı işgal

³ Ukrayna’nın garantör olarak görmek istediği diğer ülkeler ABD, İngiltere, Fransa, Almanya, Polonya, Kanada ve İsrail.

sürecinde Türkiye arabuluculuk rolü üstlenerek bölgesel ve küresel nüfuzunu artırmayı amaçlamaktadır (Kusa, 2022a). Bu tür yorumlar dikkate alındığında, Türkiye'nin bölgesel etki gücünü arttırmak amacıyla olduğu açıktır.

Rusya-Ukrayna savaşı sürecinde Türkiye, arabuluculuk rolünü yalnızca siyasi alanda değil, ekonomik sorunların çözümü için de kullandı. “Tahıl sorunu” olarak bilinen ve Ukrayna'daki ihraç edilemeye hazır tarım ürünlerinin sevkiyatı amacıyla Türkiye arabuluculuk ile etkili bir aktör oldu. 22 Temmuz 2022 tarihinde, İstanbul Dolmabahçe Saray'ında Türkiye, Rusya, Ukrayna ve BM arasında “Tahıl ve Yiyecek Maddelerinin Ukrayna Limanlarından Emniyetli Sevki Girişimi Belgesi” imzalandı (Anadolu Ajansı, 22.07.2022). Tahıl Koridoru Anlaşması ile Türkiye, arabuluculuk rolünün etkin biçimde bir kez devam ettiğini göstermiş oldu.

Sonuç

Bu çalışmada, 24 Şubat 2022 tarihinde Rusya'nın Ukrayna'ya başlattığı saldırı sürecinde, Türkiye'nin sürdürdüğü arabuluculuk politikasının rasyonalitesi analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışmamızda elde edilen sonuç şudur: Rusya-Ukrayna Savaşı, bir kez daha Türkiye'nin jeopolitik öneminin ve buna dayalı olarak, Türk karar vericilerin ulusal çıkarları önceleyerek sürdürülen arabuluculuk politikasının, Türk dış politikası açısından rasyonel karar alabilmenin bir örneğini oluşturmuştur.

Ülkelerin dış politika karar ve uygulamalarında “tarihsel hafızaları” belirleyici parametrelerden biridir. Son yıllarda Türkiye ile Rusya arasında adına “karşılıklı bağımlılık” da denilen başta enerji olmak üzere ticaret, tarım ve turizm gibi sektörleri dayalı bir ilişki kurulmuş olsa da, Türkiye'nin Osmanlı İmparatorluğu döneminde Rus Çarlığı'ndan, Bolşevik Devrimi sonrası ve Soğuk Savaş döneminde Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) algıladığı tehdit ve güvensizlikten soyutlanmış bir perspektifin bulunduğunu söyleyemeyiz. Ancak yine tarihsel perspektiften yola çıkılarak gözlemlenmektedir ki; her ne zaman bir Türk-Rus yakınlaşması olsa, bu yakınlaşmaya Batı'da dahil olur. Bu bağlamda; 2000'li yıllardan itibaren giderek yakınlaşan ve Rusya'nın Ukrayna'ya saldırısı ile ivme kazanan Türkiye- Rusya yakınlaşmasına, Türkiye'nin son yıllarda uzaklaştığı Batı'da katılabilir.

Sonuç olarak, bu çalışmanın temel sorunsalı, Rusya-Ukrayna Savaşı'nda Türkiye'nin izlediği tarafsızlığa dayalı arabuluculuk stratejinin rasyonalitesini değerlendirmektir. Meseleyi bu perspektiften değerlendirdiğimizde, Türkiye'nin arabuluculuk stratejisinin rasyonel bir politika olduğu iddia edilebilir. Türkiye ulusal çıkarları yanında savaşta küresel ve bölgesel barışa katkı vermek amacıyla arabuluculuk girişiminde bulunmuştur. Savaşın bölgesel sınırlamak açısından

Türkiye, bu amacı, en azından şimdilik gerçekleştirmiştir. Ancak, Türkiye'nin arabuluculuk faaliyetlerinde istenilen nihai sonuçlar elde edilememiştir. Çünkü taraflar arasındaki çatışma şiddeti, kimi zaman düşük yoğunlukta olsa da artarak devam etmiştir. Dolayısıyla, çatışma çözümüne ilişkin diplomatik zemin Türkiye'nin arabuluculuğunda sağlanmış olsa da, nihai amaca henüz ulaşılammış olması, Türkiye'nin arabuluculuk girişimlerine ilişkin rasyonaliteyi azaltmıştır.

Türkiye'nin Rusya-Ukrayna Savaş'ında sürdürdüğü arabuluculuk rolü ile hedeflediği bir diğer amacı, bölgesel ve küresel etkisini güçlendirmektir. Türkiye'nin arabuluculuk politikasının rasyonalitesini bu perspektiften değerlendirdiğimizde de, izlenen politikanın rasyonel bir politika olduğunu söyleyebiliriz. Türkiye arabuluculuk rolü uluslararası alanda prestijini ve bölgesel etkisini güçlendirmiştir. Türkiye, bu süreçte savaşan her iki tarafla birden görüşebilen ender ülkelerden biri olmuştur. Uluslararası kamuoyu, Türkiye'nin bu süreçteki diplomatik girişimlerini ve arabuluculuk rolünü takdirle karşılamıştır.

KAYNAKÇA

1. Anadolu Ajansı. (22 Temmuz 2022). “Türkiye’nin Tahıl Koridoru Anlaşmasındaki Rolü Dünyada Takdirle Karşılandı.” <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/turkiye-nin-tahil-koridoru-anlasmasindaki-rolu-dunyada-takdirle-karsilandi/2643655>
2. Arı, T. (2013). *Uluslararası İlişkiler Teorileri: Çatışma, Hegemonya, İşbirliği* (8. Baskı). Bursa: MKM Yayıncılık.
3. BBC Türkçe. (29 Mart 2022). “Görüşmeler İstanbul’a Ukrayna’nın Talebiyle Alındı.” <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-60920166>
4. Bilge, S. (1982). “Milletlerarası Uyuşmazlıkların Diplomatik Yollar İle Çözülmesi.” *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 17(2), 197-210.
5. Hürriyet. (29 Mart 2022). “Dolmabahçe’deki Müzakerelerde İlk Gün Tamamlandı.” <https://www.hurriyet.com.tr/dunya/son-dakika-istanbulda-tarihi-gorusme-basladi-42031837>
6. İNSAMER. (2022). “Rusya-Ukrayna Krizi ve Türkiye’nin Arabuluculuk Rolü.” <https://www.insamer.com/tr/Rusya-ukrayna-krizi-ve-turkiyenin-arbuluculuk-rolu.html>
7. Kusa, I. (2022a). “From Ally to Mediator: How Russia’s Invasion Has Changed Ukraine-Turkey Relations.” <https://carnegieendowment.org/politika/88097>
8. Kusa, I. (2022b). “Turkey’s Goals in the Russia-Ukraine War.” <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/turkeys-goals-russia-ukraine-war>
9. Oktav, Ö. Z. (2022). Ukrayna Savaşı’nın Türkiye-Rusya İlişkilerine Olası Etkileri: Fırsatlar ve Krizler. *Bilge Strateji*, 13(23), 1-22.
10. Pearson, R, W. (2022). “Turkey between Ukraine and Russia,” <https://www.mei.edu/publications/turkey-between-ukraine-and-russia>.
11. Pirinççi, F. (2022). “Türkiye’nin Ukrayna Krizine Yaklaşımı.” <https://kriterdergi.com/dosya-ukrayna-krizi/turkiyenin-ukrayna-politikasi-dengeli-aktivizm>
12. Sönmezoğlu, F. (2010). *Uluslararası İlişkiler Sözlüğü*. İstanbul: Der Yayınları.
13. Sönmezoğlu, F. (2012). *Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi*. İstanbul: Der Yayınları.
14. Tayfur, M. F. (2005). Dış Politika. (Ed.), Atila Eralp, *Devlet ve Ötesi* içinde (ss.73-105), İstanbul: İletişim Yayınları.
15. T.C. Dışişleri Bakanlığı. (2022). “Rusya Federasyonu Tarafından Ukrayna’ya Yönelik Başlatılan Askeri Operasyon Hk.” https://www.mfa.gov.tr/no_-62_-Rusya-federasyonu-tarafindan-ukrayna-ya-yonelik-baslatilan-askeri-operasyon-hk.tr.mfa
16. T.C. Dışişleri Bakanlığı. (2022). “Uyuşmazlıkların Çözümü ve Arabuluculuk.” <https://www.mfa.gov.tr/uyusmazliklarin-cozumu-ve-arbuluculuk.tr.mfa>

17. T.C. Milli Savuma Bakanlığı. (2020). “*Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Ukrayna Bakanlar Kurulu Arasında Askeri Çerçeve Anlaşması.*” [https://www.msb.gov.tr/Content/Upload/Docs/Ukrayna%20%C3%87er%C3%A7eve%20Anla%C5%9Fmas%C4%B1\(1\).pdf](https://www.msb.gov.tr/Content/Upload/Docs/Ukrayna%20%C3%87er%C3%A7eve%20Anla%C5%9Fmas%C4%B1(1).pdf)
18. United Nations General Assembly. (2012). “Report of the Secretary General, Strengthening the role of mediation in the peaceful settlement of disputes, conflict prevention and resolution. A/66/811.” <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N12/346/41/PDF/N1234641.pdf?OpenElement>

**DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE İNSAN KAYNAKLARI
FONKSİYONLARI VE PAZARLAMA
FONKSİYONLARI**

Fulya ODUNCU

*Dr. Öğretim Üyesi Altınbaş Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü
ORCID: 000-0002-1340-9273*

1. GİRİŞ

Dijital dönüşümün gerçekleşmeye başlamasından itibaren işletmelerin insan kaynakları ve pazarlama departmanları dijitalleşmeye ayak uydurmak durumunda kalmışlardır. Artık, dijital insan kaynakları ve dijital pazarlama departmanları olarak ifade edilmeye başlamışlardır. Öncelikle insan kaynakları yönetimi ve pazarlama departmanlarının nasıl dijitalleştiğinden bahsetmekte fayda vardır.

Dijital insan kaynakları, işletmenin içinde insan kaynakları uygulamaları ve politikaları için web teknolojilerinin kullanılmasıdır (Ruël, Bondarouk ve Van Der Velde, 2007, 280). Bir başka tanıma göre ise insan kaynakları faaliyetlerini ortak bir biçimde gerçekleştirmek için hem ağ oluşturma hem de destekleyici aktörler açısından bilgi sistemlerinin uygulanması ve planlanması olarak ifade edilmektedir (Parry, 2011, 1146).

Dijital pazarlama ise, dijital kanallar ile yapılan, bütün pazarlama uygulamalarının dijital alanda gerçekleştiği kabul edilen bir pazarlama yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra ekonomik olarak finansal faydaya sebep olmaktadır. Güncellemeye önem veren, yaratıcı ve yenilikçi olması sebebiyle rekabete açıktır (Bulunmaz, 2016, 357). Ayrıca günümüzde dijital pazarlama, müşteri değer temelli, müşterilerini rakiplerine kaptırmayan, satışların yüksek olduğu ve müşterilerin istek ve beklentilerine önem veren bir kavram haline gelmiştir.

Personel yönetimi ile ortaya çıkan insan kaynakları yönetimi kavramı işletmelerin modernleşmesiyle ve dünyada yaşanan Endüstri 4.0 devrimiyle teknolojik gelişmeler ışığında işletmelerin insan kaynakları departmanlarını teknolojik açıdan değiştirmesi ve geliştirmesi kaçınılmaz olmuştur.

Bunların yanı sıra, işletmeler gelişme gösteren enformasyon teknolojilerini organizasyonlarına uyarlamak durumunda kalmışlardır. Bu teknolojileri kullanabilecek işgücünü hazır hale getirmek ve örgüt kültüründe bulunan değerler içinde işletmelerin yenilikçi olmaları da gerekli bir koşul haline gelmiştir (Bulgur ve Bal, 2019, 2). Böylece insan kaynaklarının dijitalleşmesi kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir.

Pazarlamanın dijitalleşmesi ise, teknolojik gelişmeler ışığında tüketicilere, pazar bölümlerine ve tüm bunların verilerini içeren veri tabanlarından daha fazla yarar sağlanmaya başlanmasıyla amaçlara ulaşıp ulaşılmadığını denetlemek mümkün hale gelmiştir. Böylece stratejik düşünebilmenin de etkisiyle müşteri değer temelli bir yaklaşım ve iletişimin interaktif olması sağlanmıştır. Tüm bu gelişmeler pazarlama iletişim araçları ve pazarlama karmasını bütünleştirmiştir (Bulunmaz, 2016, 356).

2. DİJİTAL İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN OLUŞUMUNA ETKİ EDEN UNSURLAR

İnsan kaynakları yönetimini etkileyen bazı iç ve dış çevre unsurları bulunmaktadır. İç çevre faktörleri, örgüt iklimi ve örgüt kültürü, politikalar, misyon, amaç ve hedeftir. Dış çevre faktörleri ise, yasalar, ekonomi, toplum ve teknolojidir (Torun, 2007, 63-68).

İnsan kaynakları yönetiminin dijitalleşmesinde etkili olan bazı unsurlar olduğu gibi dijital insan kaynakları yönetiminde de bu oluşuma etki eden bazı unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar, insan kaynakları yönetimine etki eden unsurlardan oldukça farklıdır. Unsurlar sırasıyla bilgi teknolojileri, sürecin yeniden planlanma ihtiyacı, yönetimin hızlı ve akıllı olması ihtiyacı, ağ organizasyonları, öğrenen organizasyonlar, küreselleşmedir.

2.1. Bilgi Teknolojileri

İnsan kaynakları üzerindeki iş süreçlerinin etkin hale gelmesi için bilgisayar yazılım, donanım ve ağlarındaki hızlı değişimlere e-İKY'nin uyum sağlaması elzem hale gelmiştir (Fındıklı ve Rofcanin, 2016, 37).

Bu sebeple bilgi teknolojilerine yatırım yapılmalı ve mutlaka işletmeler insan kaynakları departmanlarında ihtiyaç olan bilgi teknolojilerini kullanmalılardır. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli husus bilgi teknolojileri rekabet konusunda işletmelerin elindeki en önemli güçlerden birisidir. Bu süreçte bilgi teknolojilerini takip etmeyen, gelişim ve değişim konusunda esnek olmayan insan kaynakları departmanları çağın gerisinde kalıp işletmenin başarısını düşürebilirler.

2.2. Sürecin Yeniden Yapılandırılması

Stratejik insan kaynakları yöneticileri devamlı iş süreçlerini yüksek verimli hale getirebilmek için modernleştirme ve geliştirmeyi hedeflemelidir. Herhangi bir iş süreci insan kaynakları departmanında yer alan bölümlerde bilgi teknolojisi yardımıyla tekrardan planlanabilmekte ve geliştirilebilmektedir (Güler, 2006, 20). Böylece insan kaynakları departmanı iş süreçlerini yenileyerek ve geliştirerek işletmenin üretkenliğine de katkı sunmuş olur.

2.3. Hızlı Yönetim

İşletmeler rekabet avantajı elde etmek için daha akıllı ve daha hızlı olmalıdır. Dijital insan kaynakları yönetimi, geleneksel olandan daha akıllı ve hızlıdır (Ergen, 2020, 101). Bu sayede dijital insan kaynakları departmanı her anlamda işletmeye katkı vermesinin yanı sıra iş süreçlerinin hızlı ve düşük maliyetlerle gerçekleştirilmesini de sağlamaktadır.

2.4. Ağ Organizasyonları

Dijital insan kaynakları departmanında yer alan bölümler, ağ işletmelerinde gelenekçi ve bürokrasiyle iş yapan işletmelere oranla daha fazla yer almaktadır. İşletmeler bürokrasiyi azaltarak verimliliği artırmanın yollarını araştırmaktadırlar (Göktaş ve Baysal, 2018, 1415). Ağ organizasyonları kurularak işletme içindeki çalışan kişiler ve paydaşlarla bilgi paylaşımı kolaylıkla yapılabilmektedir.

2.5. Bilgi Çalışanları

İlerleyen zamanlarda işletmeler enformasyon ve stratejik bilgiyi elde edebilmek için rekabet halinde olacakları öngörülmektedir. Öğrenen organizasyonlar olarak adlandırılan bu tip işletmelerde kendisini yönetebilen ve bilgisayar konusunda uzman bilgi çalışanlarıyla dolacaktır. Bilgi çalışanları hem maliyetleri düşürürken hem de bilgiyi kullanıp yeni iş fikirlerini daha çabuk fark edebileceklerdir. Bilgisayar konusunda donanımlı bilgi çalışanlarına dijital insan kaynakları departmanları ihtiyaç duymaktadır (Güler, 2006, 20).

2.6. Küreselleşme

Tüm kuruluşların yirmi birinci yüzyılda rekabet edebilmek için küresel çalışma stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir. Diğer bir deyişle insan kaynakları departmanları, çalışanların ihtiyaçlarını/taleplerini karşılayabilecek şekilde yeniden yapılandırılmalıdır (Fındıklı ve Rofcanin, 2016, 37). Küreselleşmeyle birlikte kalkan sınırlar insan kaynakları departmanının da rekabet açısından avantaj elde etmelerini sağlayacak fırsatları yakalamalarını ön görmektedir. Böylece çağın ve gelişmelerin gerisinde kalmayarak rekabet edebilirler.

3. DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ AÇISINDAN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI

Dijital dönüşümün insan kaynakları yönetimi açısından hem avantajları hem de dezavantajları bulunmaktadır. Bu avantaj ve dezavantajlar Tablo 1.'de gösterilmiştir. Tablo 1.'e göre;

Tablo 1. İnsan Kaynakları Yönetiminin Dijitalleşmesinin Avantajları ve Dezavantajları

İKY Dijitalleşmesinin Avantajları:	İKY Dijitalleşmesinin Dezavantajları:
1. Maliyet Tasarrufu	1. Veri Güvenliği
2. Verimlilik •Zaman tasarrufu •Verimlilik •İK Verimliliği •Evrak işlerinin ortadan kaldırılması	2. Uygun becerilere sahip olmaması
3. Etkinlik • İdari Kalite • İK'nın esneklikleri • Bürokrasi düzeyi	3. Mevcut İnsan kaynakları dijital araçları tam potansiyellerinden yararlanamamaktadır
4. Çalışan İlişkisi • İş birliği • İletişim Kalitesi •Çalışan örgütsel sorunlar hakkında daha fazla bilgi alır •Çalışan motivasyonu	Çalışanların yeni teknolojileri kullanma zorluğu
5. Dijital İK, yeni istihdam biçimleri sağlar	

Kaynak: Mosca, 2020, 13.

Tüm bu hususların dışında insan kaynaklarının dijitalleşmesinin başka avantajları da bulunmaktadır. Avantajları, çalışanın kariyer planlaması yapmalarına, kendilerini geliştirmelerine, işletme ve çalışanın hedeflerinin uyumlu olmasına katkı sağlamaktadır (Bay ve Kulak, 2021, 59).

4. DİJİTAL İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ FONKSİYONLARI

İnsan kaynakları yönetiminde olduğu gibi dijital insan kaynakları yönetiminde de çeşitli fonksiyonlar bulunmaktadır. Başlıcaları; dijital insan kaynakları planlaması, dijital iş analizi ve iş tasarımı, dijital iş gücü seçme, dijital eğitim ve geliştirme, dijital performans yönetimi, dijital ücret yönetimi, dijital endüstri ilişkileri, dijital kariyer yönetimi, dijital iş sağlığı ve güvenliğidir.

4.1. Dijital İnsan Kaynakları Planlaması

İnsan kaynakları fonksiyonlarından planlama fonksiyonu dijital dönüşümün etkisiyle dijital insan kaynaklarında da uygulanmaya başlamıştır. İşletmelerin dijital insan kaynakları yönetimine geçmeleriyle birlikte çalışanlarla ilgili kayıtlar da elektronik sisteme evrilmiştir.

Dijital dönüşüm sürecinde insan kaynakları planlaması, işlerin daha iyi yapılmasını ve gelişmesini sağlayan çalışanın bulunmasını veya eldeki çalışan eksiklerinin giderilerek işin başarılı bir şekilde yapmasını içermektedir. Bunun sebepleri ise, dijital dönüşümle birlikte bazen sadece makinelerin kullanılması, bazen de insanların makinelerle ortak çalışmasıdır. Böylece insan kaynaklarının temeli değişkenliğe uğradığından dijital insan kaynakları planlaması hem insan hem makine unsurlarının birlikte değerlendirilmesi ve planlanması önem arz etmektedir (Şekkeli, 2022, 87).

Çalışan taleplerini belirlerken çeşitli sayısal ve yargısal yöntemler kullanılmaktadır. Dijital insan kaynakları planlamasında da bu yöntemler bilgisayarlar aracılığı ile yapılarak süreç daha da kolaylaşabilmektedir. Çalışan bilgi havuzu, yönetici tahmini, benchmarking, delphi tekniği gibi yöntemler kullanılarak iş gücü ile ilgili kararların daha doğru alınmasına olanak sağlayabilmektedir. Gerçek ihtiyacı, yedek çalışan ihtiyacı, ek çalışan ihtiyacı, toplam iş yükü, işgücü devir oranları gibi analizler bilgisayarlar aracılığı ile yapılması süreci hızlandırmaktadır. Bu şekilde elde edilen veriler güvenilir bir şekilde saklanır ve gelecek yıllarda da rahatlıkla kullanılabilir (Doğan, 2011, 55).

Dijital insan kaynakları yönetimi ile çalışanın tüm ihtiyaç ve eksiklikleri elektronik ortamda belirlenerek işletme açısından daha verimli bir departman haline gelmektedir. Böylelikle, hem personelle alakalı bilgi güvenliği artmış hem de işletmenin amaç ve hedeflerine uygun hareket edilip edilmediği daha net bir biçimde elde edilen veriler yardımıyla görülebilmektedir.

4.2. Dijital İş Analizi ve İş Tasarımı

Dijital insan kaynaklarıyla birlikte iş analizi ve iş tasarım süreci de değişkenlik göstermiştir. Dijital iş analizi yaparken öncelikle belli başlı noktalara dikkat etmek gerekmektedir: stratejik düşünmek, müşteri ihtiyaç ve beklentilerini ön planda tutmak, iş süreçlerinin yenilenmesi gerektiğinin farkında olmak, değişimi ve yalın düşüncüyü benimsemek, teknolojiyi iyi anlamak ve uygulamak ve ürün odaklı hareket etmek. Tüm bunların dışında dijital iş analizi yaparken aşağıda Şekil 1.'deki hususlar önem arz etmektedir:

Şekil 1. Dijital İş Analizi Yetkinlik Grupları



Kaynak: <https://blogs.flinders.edu.au/digital-research-services/2018/08/10/digital-business-analysis/> E.T: 1.12.2022.

Dijital iş tasarımı da önemli dijital insan kaynakları fonksiyonlarından biridir. Tablo 2.'de dijital tasarımın temel özellikleri ve çeşitleri tanımları yer almaktadır. Buna göre;

Tablo 2. Dijital İş Tasarımının Temel Özellikleri ve Tanımı

Uygulama merkezlilik: Birincil tasarım hedefi, mevcut çalışan uygulamalarını, ihtiyaçlarını karşılayan bilgi teknolojileri sağlayarak iyileştirmek ve dönüştürmektir. Bu nedenle, bireysel aktörlerin çalışma uygulamalarına ve ihtiyaçlarına ilişkin zengin ve bütünsel bir anlayış kaçınılmazdır. Uygulamalar her zaman bir dizi maddi kaynak içerir. Tüm bunlar, nasıl çalıştıklarını analiz ederken ve geliştirilen prototipleri değerlendirirken bu aktörlerle yakın bir etkileşimi gerektirmektedir.
Bağlamlama: Analiz edilen iş uygulamaları ve belirlenen ihtiyaçlar bağlama özgüdür. Öngörülen çözümler için sistem işlevleri listeleriyle genel gereksinimleri tanımlamak yerine, ilgili paydaşların mevcut durumda nasıl davrandığını ve öngörülen dijital çözümün nasıl uygulanabileceğini anlamak ve açıklamak gerekmektedir. Durumu iyileştirmek için belirli bir (örgütsel, fiziksel ve sosyal) bağlamda kullanılabilir.
Esneklik için tasarım: İnsanların bireysel, farklı ve sürekli değişen ihtiyaçları vardır. Bu nedenle, özel ihtiyaçlarına göre kolay ve esnek bir şekilde benimsenebilecek kullanılabilir, kullanışlı ve biçimlendirilebilir dijital çözümler tasarlamak gerekir.

Çeviklik ve katılım: Çalışanları dijital çözüm tasarım sürecine entegre etmek, dijital teknoloji tasarımcılarını, sonraki tasarım adımları için "ortak bir anlayış" sağlamak için önce ve hızlı bir şekilde hafif çözüm yaklaşımları bulmaya teşvik eder. "İşbirliğine dayalı prototip oluşturma", en eski modellerden göstericiye, onaylayıcıya ve pilota kadar tüm tasarım adımlarında çalışan geri bildirimi sağlar. Kullanıcıların bir tasarım projesinin tüm yönlerine katılması gerekmeseyse de seçimler oluşturmaya katkıda bulunmalarına izin vermek önemlidir.

Disiplinlerarasılık: Bir grup insan için dijital teknoloji tasarlamak, yazılım geliştirmek (bilgisayar bilimi) ve bunu örgütsel bir çalışma bağlamında uygulamak (bilgi sistemleri, organizasyonel bilim). Sınır nesneleri genellikle çeşitli disiplinlerden gelen paydaşlarla iletişimi kolaylaştırmak için kullanılır.

Özetle, dijital iş tasarımı, dijital teknolojilerin potansiyelini araştırırken insan çalışma pratiklerini ve bağlamlarını merkeze alarak esnek işyerleri tasarlamının çevik, katılımcı ve disiplinler arası bir süreci olarak tanımlanmaktadır.

Kaynak: Richter, Heinrich, Stocker ve Schwabe, 2018, 261.

Dijital iş tasarımının temel özelliklerini belirttikten ve kavramı tanımladıktan sonra geleneksel iş tasarımı ve dijital iş tasarımı karşılaştırmakta fayda vardır. Tablo 3.'te geleneksel ve dijital iş tasarımının karşılaştırması yer almaktadır.

Tablo 3. Geleneksel İş Tasarımı ve Dijital İş Tasarımı

Boyutlar	Geleneksel İş Tasarımı	Dijital İş Tasarımı
Hedef	BİT ile güçlendirilmiş fiziksel ortamın tasarlanması	BİT tarafından etkinleştirilen iş uygulamalarının dönüştürülmesi
Çalışmanın Amacı	Verimlilik için yukarıdan aşağıya tanımlı iş süreçlerinin otomasyonu	Uygulamaları anlamak ve esnekliği destekleyen BİT sağlamak
İnsanın Rolü	İşletim araçları ve makineleri	Düzenleme araçları ve makineleri
İnsan Yetenekleri	Görevlerin koordinasyonu ve verimli bir şekilde ele alınması	Yaratıcılık, problem çözme, öğrenme
Bilgi ve İletişim Teknolojisinin (BİT) Rolü	Yorucu insan işinin değiştirilmesi (makine merkezli)	İnsan yeteneklerini artırma (insan merkezli)
Bilgi ve İletişim Teknolojisinin (BİT) Yetenekleri	Üretim sistemi	Siber-fiziksel üretim sistemi

Kaynak: Richter vd., 2018, 260.

4.3. Dijital İş Gücü Seçme

Dijital işe alım süreci çevrimiçi başvuru ile başlamaktadır. Böylece dijital olan sistemler aracılığıyla iş gücü seçerken bahsi geçen sistemlere aranan özellikler kelime olarak taratılarak adayların bilgilerine kolaylıkla ulaşılmaktadır. Bu

bilgiler istenilen zamanlarda elde edilebilecek dijital alt yapıya sahip olduklarından işletmeler her zaman personel ihtiyaçlarını hızlı ve kolay bir biçimde karşılayabilmektedirler.

Dijital işe alımda çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bunlardan ilki, **dijital platformlardır**. Adaylar ile gerçekleşen iş görüşmesi bittikten sonra işletme ile arasındaki iletişim ağı kopabilmektedir. Adaylar olumlu ya da olumsuz dönüş için beklemekten başka işlere yoğunlaşamayabilirler. Dijital platformlar sayesinde aday başvuru süreciyle ilgili güncel bilgilere sahip olabilmektedir. Bir diğer yöntem ise, **asen kron video mülakatlardır**. Adaylar videolarını çekerek işletmelere internet ile kolayca gönderebilmektedir. Goldman Sachs ve Roche İlaç gibi kurumsal işletmeler bu yöntemi uygulayarak adaylara iş görüşmesi yapmaktadırlar. **Chatbotlar** ismi verilen sohbet robotları işgücü seçiminde adayların analiz edilmesi ve gerekli görüşmelerin yapılmasında kullanılmaktadır. Unilever, L'oréal ve Turkcell bu yöntemi uygulayan şirketlere örnek olarak verilebilir. Son olarak **sosyal medya** da işgücü seçerken tercih edilen önemli bir araçtır. Böylece aday ile işletme arasındaki iletişim kuvvetli olmaktadır (Akduman, 2019, 30-35).

4.4. Dijital Eğitim ve Geliştirme

Dijital dönüşümle insan kaynaklarında eğitim de dijitalleşmiştir. ~~Elbette~~ Dijital eğitimde kullanılan yöntemler de klasik eğitim yöntemlerinden farklılaşmaktadır. Ancak insan kaynaklarında dijital eğitim yöntemlerine geçmeden önce işletmelerin insan kaynakları departmanında eğitimi dijitalleştirmesinin nedenlerine bakmakta fayda vardır. Bunlar:

- Dünyaca güvenilir eğitim programlarına destek vermesi,
- Çalışanın iş yeri içinde ve dışında istedikleri zaman eğitim alabilmeleri,
- Hızlı eğitim ve dijital öğrenme ile fazlaca çalışana ulaşabilme başarısı,
- İşletmelerin dijital teknolojiler aracılığıyla seyahat, eğitici ve konaklama maliyetlerini azaltmalarına yardımcı olması,
- Hem sesli hem görüntülü dijital eğitimler sayesinde bilgilerin daha kalıcı olması,
- Çalışanın görev ve eğitim ile ilgili materyallere kolayca ulaşabilmesi şeklinde sayılabilmektedir (Bayarçelik, 2020, 70-71).

Eğitimin dijitalleşmesinde kullanılan modern yöntemleri ise şu şekilde sıralayabiliriz. **E-öğrenme ve uzaktan eğitim** en çok kullanılan yöntemlerden bir tanesidir. İnternet bağlantısı ve kişisel bilgisayarlar ile çalışanlar kolaylıkla ve hızlıca gerekli eğitimlere ve içeriklere ulaşabilmektedirler.

Simülasyon ile eğitim hem yönetici hem yönetici olmayan diğer çalışanların eğitimlerinde tercih edilmektedir. Sanal ortam ile çalışanlar gerekli bilgileri edinirler. Bir diğer eğitim yöntemi de **web temelli eğitimidir**. Kişisel bilgisayarlar ya da işletmede bulunan bilgisayar ağları ile eğitim gerçekleştirilir. **Multimedya eğitiminde** hem işitsel hem görsel eğitim hem de bilgisayar temelli eğitim bir arada yapılmaktadır. Eğitimde kullanılmakta olan programlar, grafik, ses, animasyon, yazı ve videoyu birleştirme imkânı bulunmaktadır. **Bilgisayar destekli eğitimde** de çalışanlar içerikle etkileşim halindedir, böylece kendi gelişimlerini sağlayabilirler. Bir başka eğitim yöntemi **mobil cihaz uygulamalarıdır**. Çalışanlar hareket ederken dahi mobil uygulamalardan bir sürelik podcast vb. eğitim içeriklerini okuyarak ya da dinleyerek bilgi edinebilmektedirler (Bozkurt, 2021, 267-273).

Son kullanılan eğitim yöntemi sanal gerçekliktir. Çalışanlar uygun ortamlarda sanal bir gözlük ile eğitim için gerekli olan ortamı elde edip bilgi edinebilmektedirler.

4.5. Dijital Performans Yönetimi

İnsan kaynaklarında dijital performans yönetimi, çalışan ve işletmenin değerlendirilebilmesinde ihtiyaç olan verilerin elde edilip, analiz ve rapor edilmesi, ayrıca bu verilerin korunmasıdır. Dijital performans değerlendirmesinde mutlaka verimli ve hızlı performans verileri elde edebilmek için web tabanlı sistemler kullanılmak zorundadır (Aksel, Arslan, Kızıl, Okur ve Seker, 2013, 90-91).

Dijital performans değerlendirme de kullanılan dijital yöntemler ile çalışanın etkin ve verimli çalışıp çalışmadığı ölçülebilmektedir. Böylece, departman yöneticilerinin de çalışanları ile ilgili fazla veya az performans notu vererek değerlendirme yapmasının da önüne geçilmiş olur.

4.6. Dijital Ücret Yönetimi

Ücret yönetiminin dijitalleşmesi iş gücünün her ay iş değerlendirmeleri, ücretleri, sosyal hakları, vergi dilimleri, izinler, yan haklar gibi hususlarda ek ücret veya borç kesintisi, maaş ödeme gibi faaliyetleri tek bir kaynaktan takip edip, işlemlerin hızlı, verimli ve hatasız bir şekilde yapılmasıdır (Şekkeli, 2022, 89).

Hatta ücret yönetiminin dijitalleşmesi ile çalışanlar istedikleri zaman dijital uygulamalar sayesinde bordrolarına çevrimiçi şekilde ulaşabilmektedirler. Böylece çalışanlar ihtiyaç duyduklarında insan kaynakları departmanından yazılı bir biçimde çevrimiçi şekilde ödeme bilgilerinden yararlanabilmektedirler. Bu

durum da çalışanların ve insan kaynakları departman çalışanlarının ek iş yükünü de azaltır.

4.7. Dijital İş Değerleme

İşletmelerin dijitalleşen insan kaynakları departmanında iş analizi yapılarak belirlenen iş tanımları ve iş gereklerine göre dijital iş değerlendirme de fayda sağlayacak faktörler belirlenmektedir. Dijital iş analizinde ortaya konan ölçekler kullanılarak elde edilen iş değerlemelerinde var olan veriler bilgisayara yüklenmektedir. Ardından bilgisayara yüklenen bilgiler çeşitli yazılımlar aracılığıyla değerlemesi yapılan görevler için faktörler puantaja çevrilmektedir. Dijital iş değerlendirme programı şeklinde geliştirilerek değerlendirme çalışmalarında kullanılabilir. İş değerlendirme yöntemlerinden sınıflama, sıralama, puan ve faktör karşılaştırma gibi yöntemler dijital alanda uygulanabilmektedir (Aksel vd., 2013, 94).

4.8. Dijital Endüstri İlişkileri

Dijital endüstri ilişkilerinde dönüşüm yaşanıp teknoloji kullanılmaya başlanması işletme yöneticileri ve onların üye oldukları sendikalar açısından da faydalı hale gelmiştir. Dijital dönüşüm ile yönetim kademesi açısından disiplin kayıtlarının izlenmesi, yasal zorunlulukların bildirilmesi, işe gireceklerin ve işten çıkacakların işlemlerinin yapılması, iş görememezlik raporları, vizite kağıtları gibi dokümanların tertiplenmesi ve aktarılması şeklinde fazlaca iş basitçe yapılabilir. Sendikalar ise internet ile toplu iş görüşmeleri yapabilmekte, üyelerin talep, beklenti ve şikayetlerini alabilmektedir. Ayrıca karşılıklı görüş alışverişinde bulunabilmektedirler (Şekkeli, 2022, 89).

4.9. Dijital Kariyer Yönetimi

Örgütler kendilerine ait internet sitelerinde bünyesinde bulunan çalışanlarına kariyer yönetimi ile ilgili gerekli desteği vermektedir. Çalışanların kendi eksikliklerini görüp, bunları telafi etmelerine olanak sağlamaktadırlar. Dijital insan kaynakları yönetimi sadece çalışanların olumsuz yönlerini fark edip geliştirmelerine olanak sağlamazlar; bunların yanı sıra çalışanın kendi yetenek ve becerilerini görmelerini sağlayarak bu doğrultuda bir kariyer planı yapmaları için yönlendirirler.

4.10. Dijital İş Sağlığı ve İş güvenliği

İşletmelerde iş sağlığı ve iş güvenliği konusu çalışan ve yöneticiler açısından sorumluluk içeren önemli bir insan kaynakları fonksiyonudur. Çalışanın ruh ve beden sağlığını korumak, iş esnasında yaşanabilecek sorunları erkenden

önlemek, emeklilik durumu, sigorta primleri, doğum, yıllık, vefat izni gibi konularda personelin alması gereken sosyal hakları mümkün hale getirmektir. Dijital dönüşümle birlikte insan kaynakları departmanı bu işleri bilgi sistemleri yardımıyla gerçekleştirmektedir (Bay ve Kulak, 2021, 62).

5. DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE PAZARLAMA FONKSİYONLARI

İşletmelerin dijital dönüşüm etkisiyle gelişen ve değişen bir başka fonksiyonu da pazarlamadır. Artık, dijital pazarlama olarak işleyişini sürdüren dijital pazarlamayı farklı tanımlarla tanımlamak mümkün olsa da en genel tanımıyla dijital pazarlama:

"Firma tüm paydaşlar için ortaklaşa değer yaratmak, iletişim kurmak, sunmak ve sürdürmek için müşteriler ve ortaklarla iş birliği yaptığı, uyarlanabilir, teknoloji destekli bir süreç" olarak tanımlanmaktadır (Kannan ve Li, 2017, 23).

Dijital dönüşüm süreciyle ortaya çıkan dijital pazarlama kavramı ile pazarlama fonksiyonları da geleneksel pazarlama fonksiyonları çerçevesinden farklılaşmaya başlamıştır. Bununla birlikte dijital pazarlama fonksiyonları, ürün, dağıtım, fiyat ve tutundurma yerine çözüm, erişim, değer ve bilgi olarak değişmiştir.

5.1. Dijital Pazarlama Fonksiyonları

İlk olarak 2013 yılında Richard Ettenson ve arkadaşları tarafından SAVE modeli pazarlama karması modelleri ailesine yakın zamanda eklenmiştir. SAVE modeline geçmeden önce B2B pazarı ve B2B pazarlamayı tanımlamakta fayda vardır.

B2B pazar başkaları aracılığıyla istenen mal ya da hizmetlerin üretiminde kullanılan mal ve hizmetlerin olası müşterilerle karşılaştığı pazarlardır. B2B pazarlama ise, B2B pazarlarda değiş tokuş eylemini daha basit hale getirilmesine yönelik yapılan ürünler, hizmetler ve müşterilerin içinde bulunduğu, tüketiciye ürün ya da hizmet satışının dışındaki bütün faaliyetleri içermektedir (Batum, 2014, 4).

Bu doğrultuda SAVE modelini ortaya çıkaran makalenin yazarları, 4P klasik pazarlama modelinin bir şirketin B2B pazarlaması için uygun olmadığına ve B2B pazarlamasını üç şekilde baltaladığına inanmaktadır:

Model ilk olarak, pazarlama ve satış ekibini teknoloji ve ürün kalitesine odaklanmaya yönlendirmektedir. Bu faktörler önemlidir, ancak araştırmacılara göre faktörler birbirinden basit bir şekilde ayrılmaz ve yalnızca yeni bir ürün ya da hizmetin satışı için pazar bulmada gerekli olan kriterleri kapsamaktadır. İkincisi ise, klasik pazarlama karması önerilen çözümün üstün değerini bildirme konusunda yeterince vurgu yapmamaktadır. Örneğin, müşterileri bilgilendirmek ve bu teklifin neden önemli olduğunu göstermek için yeterli zaman

bulunmamaktadır. İşletme kendi avantajlarından yararlanarak güvenilir bir şekilde sorunları çözmektedir. Böylece işletmelerin dikkatini de dağıtmış olmaktadır (Inanloo, Zarei ve Zeinolabedini, 2018, 3).

Dijital dönüşümle birlikte dijital pazarlama açısından 4P modeli günümüzde pazarlama fonksiyonları için yetersiz kalmaktadır. Modern işletmeler ve pazarlamacılar ürün ya da hizmet pazarlarken SAVE modelini kullanmalılardır. Bu sebeple modeli daha iyi anlayabilmek için SAVE modelinin önemli noktalarına değinmekte fayda vardır. Tablo 4'te SAVE modeli özetlenmiştir.

Tablo 4. SAVE Modeli

Ürün Yerine Çözüme Odaklanın	Teklifleri özelliklerine, işlevlerine veya teknolojik üstünlüklerine göre değil, karşıladıkları ihtiyaçlara göre tanımlayın.
Dağıtım Yerine Erişime Odaklanın	Bireysel satın alma konumlarını ve kanallarını vurgulamak yerine müşterilerin tüm satın alma yolculuğunu dikkate alan entegre bir çapraz kanal varlığı geliştirin.
Fiyat Yerine Değere Odaklanın	Fiyatın üretim maliyetleri, kar marjları veya rakiplerin fiyatları ile nasıl ilişkili olduğunu vurgulamak yerine, faydaları fiyata göre ifade edin.
Tutundurma Yerine Bilgiye Odaklanın	Reklam, halkla ilişkiler ve her şeyi kapsayan kişisel satışa güvenmek yerine, satın alma döngüsünün her noktasında müşterilerin özel ihtiyaçları ile ilgili bilgiler sağlayın.

Kaynak: <https://hbr.org/2013/01/rethinking-the-4-ps> E.T: 5.12.2022.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç olarak dijital insan kaynakları ve dijital pazarlama fonksiyonları dijital dönüşümün etkisiyle kaçınılmaz bir biçimde dönüşmeye başlamıştır. Bu sebeple günümüzde geleneksel insan kaynakları ve pazarlama departmanlarından söz etmek mümkün olmamaktadır. İşletmeler çağın gereklerine uygun hareket ederek insan kaynakları ve pazarlama departmanlarını teknolojik gelişmelerle doğru orantılı olarak değiştirmek durumunda kalmışlardır.

Dijital insan kaynakları ile iş gücü seçiminden, iş gücünün eğitime, ücret yönetimi, performans yönetimi, iş değerlendirme, iş analizi, iş tasarımı, insan kaynakları planlaması, endüstri ilişkileri, kariyer yönetimi ve hatta iş sağlığı ve iş güvenliği gibi faaliyetler de dijitalleşmiştir.

16 işletme de yapılan bir araştırmada işletmelerin dijital insan kaynakları fonksiyonlarını uygulayarak önemli konulara daha fazla vakit ayırdıkları dolayısıyla daha verimli oldukları sonucuna varmıştır. Bunların yanı sıra dijitalleşmeyle insan kaynakları teknolojiler vasıtasıyla zaman ve mekan sınırı

olmadan daha esnek çalışma imkanı bulmaktadırlar. Böylece işletmelerin maliyetleri de düşmüş, çalışan memnuniyeti de artmıştır (Kırılmaz, 2020, 198).

Ayrıca dijital dönüşümle yaşanan büyük gelişmeler insan kaynaklarının görünüşünü de etkilemektedir. Endüstri 4.0 anlamak ve uygulamak işletmelerin dijital dönem de devamlı olmalarını sağlayacaktır. İnsan kaynakları fonksiyonları, dijital dönüşüme uygun işletme düşüncesiyle çalışana ve verimli olmaya yönelerek yenilenmiştir. İşletmelerde dijital dönüşümle insan kaynakları fonksiyonları gerçek zamanlı işlemeye başlamış, sosyal medya, bulut bilişim, otomasyon ve yapay zeka uygulamaları öncelik kazanmıştır. Böylece insan kaynaklarının dijital dönüşümüyle teknik becerilere ihtiyaç artmıştır (Parsehyan, 2020, 221).

Pazarlama da insan kaynaklarında olduğu gibi dijital dönüşümle fonksiyonlarını değiştirerek değişime ve gelişime ayak uydurmak durumunda kalmıştır. Dijital pazarlama da ürün çözüm, dağıtım erişim, fiyat değer, tutundurma yerine ise bilgi fonksiyonları gelmiştir.

900 BESYO öğrencisine yapılan bir araştırma da dijital pazarlama fonksiyonlarını oluşturan SAVE modelinin öğrencilerin spor ürünler almaya karar verirken marka farkındalığı ve marka bağlılıkları üzerinde pozitif bir etki oluşturduğu ortaya çıkmıştır. Hatta marka farkındalığının çok fazla etkilendiği sonucuna varılmıştır. Dijital çağa uygun, taleplere hızlı cevap veren, teknoloji kullanımını artıran, kendisini değerli hissettiren, doğru iletişim ve doğru bilgi veren SAVE modeli artık 4P yerine daha fazla uygulanan fonksiyonlar haline gelmiştir (Kara, 2020, 121).

Günümüzün artan rekabet koşulları, şirketlerin doğru planlanmış ve etkin bir pazarlama planına sahip olmasını zorunlu hale getirmiştir. Stratejilerini yönetemeyen şirketler, gelir kayıpları kadar önemli müşteri kayıplarıyla da karşı karşıya kalacaklardır. İyi bir pazarlama planına sahip olmak ve doğru hedefler belirlemek, artan faydalara ve uzun vadeli hedeflere yol açacaktır. Böyle bir programın olmaması veya hedef ve stratejilerin belirlenememesi müşteri kaybına yol açacaktır. Bu noktada müşteri odaklı SAVE yaklaşımının firmaların stratejilerinde etkin olması bu kaybı en aza indirebilir. Bilgi ve iletişim kaynaklarının artmasıyla birlikte bilginin hızla yayıldığı çağımızda, firmaların müşterileriyle olan ilişkileri de değişmeye başlamıştır. Müşterilerin fikirleri, sorunları, beklentileri, geri bildirimleri ve önerileri giderek daha önemli hale gelmektedir. Dolayısıyla müşterilerini bu yönde önemseyen firmaların başarı grafiği ve pazar payları büyümekte ve bu büyüme firmalara rekabet avantajı elde etme konusunda fırsatlar yaratmaktadır. Bu rekabet avantajının yeni pazarlama stratejilerinden yararlanarak uzun vadeli kullanılması, özellikle müşteri sadakatinin sağlanması için önerilebilir (Kara, 2021, 211-212).

Dijital pazarlama fonksiyonları SAVE, işletmelerin 4P ile eksik kaldıkları eksik olan şeyleri içermektedir. Bu fonksiyonlar müşteri odaklı olmanın yanı sıra müşterilerin beklediği fayda ve çözümlere yönelmektedir. Günümüz pazarlamacılarının kurtarıcısı olarak kabul edilen SAVE, aynı zamanda ilişkisel pazarlama ile uyumludur (Wani, 2013, 7-8).

Dijital dönüşümle değişen insan kaynakları artık çalışanın daha iyi değerlendirilerek uygun departmanlarda çalışmasına, performansının kişilerden bağımsız şekilde adaletli değerlendirilmesine, uygun ücret dağılımının yapılmasına, çalışana iş tanımları ve iş analizlerinin net ve doğru bir biçimde aktarılmasına ve bunun gibi birçok fayda sağlayarak çalışanın örgütsel bağlılığını artırmasına sebep olmaktadır. Teknolojinin öneminin giderek arttığı bu dönemde eğer dijital insan kaynakları fonksiyonlarını uygulamayan işletmeler var ise, bir an önce uygulamaya geçmelidir. İşletmeler açısından rekabet etmenin öncelikli koşulu olan teknolojik gelişmeleri işletme de kullanmalıdır. Hele ki işletmenin bütününde önemli bir departman olan insan kaynakları dijitalleşme de öncelik arz etmektedir.

Dijital pazarlama da en az dijital insan kaynakları kadar işletmelerin önem vermeleri ve teknolojiyi kullanmaları gereken bir departmandır. Dijital pazarlama fonksiyonları artık 4P'den SAVE'e geçmiş, böylelikle çözüm, erişim, değer ve bilginin ön plana çıktığı yeni bir gelişime sebep olmuştur. Artık müşterilerin problemlerini çözen, müşterilerin istedikleri her şeye kolay erişmelerini sağlayan, müşterinin değerli hissettiği ve müşterilerle ilgili bilginin öncelik kazandığı yeni bir pazarlama modelinin varlığından söz edilmektedir. Ek olarak dijital pazarlama fonksiyonları modern pazarlamanın önem verdiği ve uyguladığı ilişkisel pazarlamaya da katkı yaptığından pazarlamanın gelişmesine olanak sağlamaktadır.

KAYNAKLAR

1. Akduman, G. (2019). Dijital İşe Alım: Dijital Dünya'nın İnsan Kaynakları İşe Alım Fonksiyonuna Etkisinin Kavramsal ve Uygulama Örnekleriyle Değerlendirilmesi. *International Journal Of Arts And Social Studies*, 2(3), 24-44.
2. Aksel, İ., Arslan, M. L., Kizil, C., Okur, M. E., & Seker, S. (2013). Dijital işletme. *Cinius Yayınları*.
3. Batur, T. P. (2014). *B2B Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı: Keşifsel Bir Çalışma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi).
4. Bay, Murat., & Kulak, H. H. (2021). Dijital İnsan Kaynakları Yönetimi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 114, 53-65.
5. Bayarçelik, E. B. (2020). Dijital Dönüşümün İnsan Kaynakları Yönetimi Üzerine Etkileri. Ed. Deniz Akçay ve Eren Efe, *Dijital Dönüşüm ve Süreçler*, 59-76. Basım Yeri: İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları.
6. Bozkurt, Ö. (2021). Dijital Çağ Örgütlerinde İnsan Kaynakları Eğitimi. Ed. Erdoğan Kaygın, *Dijital Çağ Örgütlerinde İnsan Kaynakları Yönetimi*. 261-280. Basım Yeri: Gazi Kitabevi.
7. Bulgur, N. E., & Bal, Yasemin. (2019). İnsan Kaynakları Yönetiminde Dijitalleşme Üzerine Kavramsal Bir Çalışma, 6. Yıldız Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, İstanbul, Türkiye.
8. Bulunmaz, B. (2016). Gelişen Teknolojiyle Birlikte Değişen Pazarlama Yöntemleri ve Dijital Pazarlama. *Trt Akademi*, 1(2), 348-365.
9. Doğan, A. (2011). Elektronik insan kaynakları yönetimi ve fonksiyonları. *Journal of Internet Applications and Management*, 2(2), 51-80.
10. Ergen, S. (2020). Cloud System İn Digital Human Resources Management İn Turkey. *Security And Defence Quarterly*, 29(2), 97-107.
11. Findikli, M. A., & Rofcanin, Y. (2016). The Concept Of E-HRM, Its Evolution And Effects On Organizational Outcomes. Ed. Carolina Machado and J. Paulo Davim, *Technological Challenges And Management: Matching Human And Business Needs (1st Edition)*, CRC Press, Boca Raton, 35-51.
12. Göktaş, P., & Baysal, H. (2018). Türkiye'de Dijital İnsan Kaynakları Yönetiminde Bulut Bilişim. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(4), 1409-1424.
13. Güler, E. Ç. (2006). İşletmelerin E-İnsan Kaynakları Yönetimi ve E-İşe Alım Süreçlerindeki Gelişmeler. *Ege Academic Review*, 6(1), 17-23.
14. <https://blogs.flinders.edu.au/digital-research-services/2018/08/10/digital-business-analysis/> E.T: 1.12.2022.
15. <https://hbr.org/2013/01/rethinking-the-4-ps> E.T: 5.12.2022
16. Inaloo, E. A., Zarei, A., & Zeinolabedini, M. H. (2018). Examination Of SAVE Marketing Mix Situation İn Public Libraries Of Tehran. *Library Philosophy & Practice*, 1-16.

- 17.Kannan, P. K., & Li, H. (2017). Digital Marketing: A Framework, Review And Research Agenda. *International Journal Of Research In Marketing*, 34(1), 22-45.
- 18.Kara, F. (2020). *Spor ürünlerinin satın alınmasında Save pazarlama karmasının marka farkındalığı ve marka bağlılığına etkisi: Besyo örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi).
- 19.Kara, F. (2021). Digital Transformation and Changing Marketing Dynamics in the World. In *Management Strategies to Survive in a Competitive Environment* (pp. 201-213). Springer, Cham.
- 20.Kırılmaz, S. (2020). Digital Transformation In Human Resources Management: Investigation Of Digital Hrm Practices Of Businesses. *Research Journal Of Business And Management*, 7(3), 188-200.
- 21.Mosca, M. (2020). *Digitalization Of Hrm: A Study Of Success Factors And Consequences In The Last Decade* (Master's Thesis, University Of Twente).
- 22.Parry, E. (2011). An Examination Of E-HRM As A Means to Increase The Value Of The HR Function. *The International Journal Of Human Resource Management*, 22(05), 1146-1162.
- 23.Parsehyan, B. G. (2020). İnsan Kaynakları Yönetiminde Dijital Dönüşüm: İlk 4.0. *Turkish Studies*, 15(2), 211-224.
- 24.Richter, A., Heinrich, P., Stocker, A., & Schwabe, G. (2018). Digital Work Design. *Business & Information Systems Engineering*, 60(3), 259-264.
- 25.Ruël, H. J., Bondarouk, T. V., & Van Der Velde, M. (2007). The Contribution Of E-HRM to HRM Effectiveness: Results From A Quantitative Study In A Dutch Ministry. *Employee Relations*, 29(3), 280-291.
- 26.Şekkeli, Z. H. (2021). İKY 4.0. Ed. İlknur Çevik Tekin, *Güncel ve Teknolojik Gelişmeler Işığında İKY*. 75-94. Basım Yeri: Ankara, Nobel Yayınevi.
- 27.Torun, E. (2007). *İnsan Kaynakları Yönetiminde İş Tatmini ve Konu İle İlgili Yapılan Bir Çalışma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- 28.Wani, T. (2013). From 4Ps to SAVE: A theoritical analysis of various marketing mix models. *Business Sciences International Research Journal*, 1(1), 1-9.

DİJİTAL İLETİŞİM VE İŞ BİRLİĞİ AÇISINDAN COVID-19 YÖNETİMİ

Ferhat Onur AĞAOĞLU¹

Lokman Onur EKİNCİ²

*Arş.Gör.Dr., Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi,
İİBF, Sağlık Yönetimi Bölümü,
fagaoglu@erzincan.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5366-6154.*
*Arş. Gör., Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi,
İİBF, Sağlık Yönetimi Bölümü,
onur.ekinci@erzincan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5416-5797.*

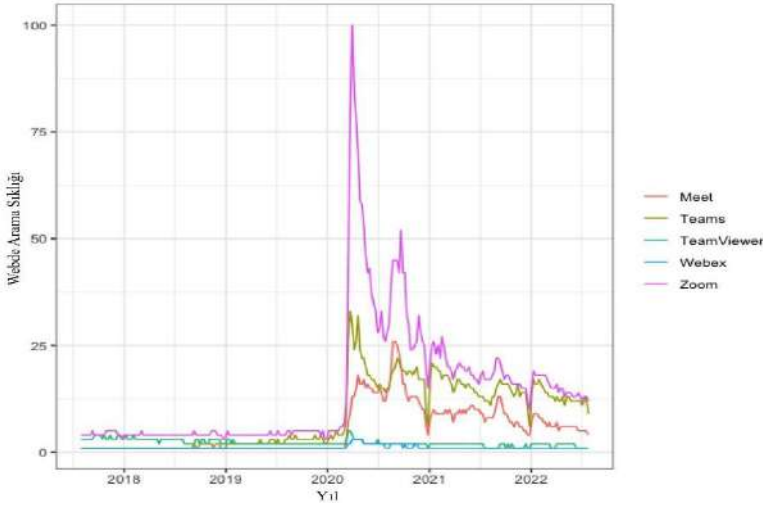
Giriş

Covid-19 sonrası bütün dünyanın odak noktası yaşanan krizin ekonomik ve sosyal etkisini hafifletmeye yönelik tedbirlere odaklanmış durumdadır. Hızla değişen ve yeni normal haline gelen bu durumda; medya ve sosyal konuşmalar tamamen salgın etkisiyle şekillenmiş ve çocuklardan yetişkinlere kadar bütün yaş grupları büyük miktarda bilgiye, yüksek düzeyde stres ve kaygıya maruz kalmıştır. Pandemi şartları fiziksel mesafeyi koruyacak tedbirler gerektirdiğinden; iş birliği ve iletişimi mümkün kılan uygulamalara yönelik global çapta bir ihtiyaç yaratmıştır. Artık uzaktan çalışmayı, araştırmayı ve iş birliğini bir araya getirmek için geçerli, güvenli ve kullanımı kolay iletişim uygulamalarına daha çok ihtiyaç duyulmaktadır. Dijital teknolojiadaki gelişmelerle birlikte; iletişim, video konferans ve araştırma faaliyetlerinin sürekliliğini kolaylaşabilmektedir. Yeni normal bu düzende Covid- 19 etkisi ile dijital iletişim ve iş birliğinde benzeri görülmemiş bir artış ortaya çıkmıştır.

Küresel İletişim ve Covid-19 Yönetimi

Covid-19'un savunmasız gruplar üzerindeki etkisi, kısmen sağlık riskleri ve tehlikeleri ile ilgili iletişimin kalitesine bağlı olacaktır. Stratejik planlama, bir pandemi sırasında yaşam koşullarının, kültürel değerlerin ve risk deneyiminin eylemleri nasıl etkilediğini tam olarak dikkate almalıdır. Sosyokültürel, ekonomik, psikolojik ve sağlık faktörleriyle ilgili cehalet, her düzeyde etkili iletişimi tehlikeye atabilir (Reddy ve Gupta,2020). Pandemi sırasında etkili iletişim sistemi; yöntem, kişileri ve ortakları içermektedir. İçerik aşamalıdır ve duruma özeldir; iletişimin çeşitli pandemik aşamalarda operasyonel ve topluluk müdahalesinden önce gelmesini ve bunu izlemesini sağlamaktadır. Bloglar, çağrı merkezleri, web seminerleri, konferans görüşmeleri, çevrimiçi sağlık grubu videoları, dijital haber medyası gibi çeşitli platformları içeren süreç, iletişimi sağlamanın önemli parçalarıdır (Center for Disease and Prevention,2020)

Pandemi döneminde “sosyal mesafe” ve “evde kal” politikaları beraberinde dünya genelinde evden çalışma uygulamalarının hızla yaygınlaşmasına neden olmuştur. Pandemi öncesi esnek ve mobil çalışmayı desteklemek amacıyla kullanılan telekonferans yöntemleri, covid-19 krizi sonrası yeni normal düzenin bir parçası olmuştur. Bu durum Microsoft Teams veya Zoom gibi dijital iş birliği ve iletişim araçlarının hızlı yükselişini hızlandırmıştır. Teams toplantıları, 16 Mart 2020'de 900 milyon dakikaya kıyasla 31 Mart itibarıyla 2,7 milyar toplantı dakikasıyla katlanarak artmıştır (Spataro,2020). Grafik 1 de 2017-2022 yılları arasında video konferans çözümlerinin Google Trends sorgusu belirtilmiş, pandemi döneminde sorguların yükseliş trendi gösterilmiştir.



Grafik 1.Video konferans çözümleri Google Trends sorgusu 2017–2022
Kaynak: Tudor,2022:3.

Tablo 1 iletişim ve iş birliğini destekleyen popüler çevrimiçi platformları, kaynaklarını ve tanımlarını belirtmektedir.

İletişim ve Video Konferans Uygulamaları	Kaynak	Tanım
Zoom	Zoom Communications	Mobil cihazlar, masaüstü bilgisayarlar ve telefonlarda video ve sesli konferans, iş birliği, sohbet ve web seminerleri için bulut platformu.
Hangouts/Meet	Google Inc.	Aynı anda 30 kullanıcıya kadar izin veren ve telefon numaralarını çeviren çevrimiçi video konferans uygulamaları.
Skype	Microsoft Inc.	Bilgisayarlar, tabletler ve mobil cihazlar arasında görüntülü sohbet ve sesli arama sağlama konusunda uzmanlaşmış telekomünikasyon uygulaması ve mesajlaşma platformu
Chime	Amazon	Cihazlarınızda çevrimiçi toplantıların yanı sıra görüntülü konferans, arama

		ve içerik paylaşımını kolaylaştıran iletişim hizmeti.
Webex	Cisco	Küresel ve sanal ekiplerin mobil cihazlarda ve standart tabanlı video sistemlerinde gerçek zamanlı olarak işbirliği yapmasını sağlayan bulut tabanlı web ve video konferans hizmeti
BigBlueButton	BigBlueButton	Öğrencilerin uzaktan öğretimi için çözümler sunan açık kaynaklı web konferans sistemi
Spaces	Avaya	Çevrimiçi ekip iş birliğini kolaylaştıran bulut tabanlı video konferans ve toplantı uygulaması.
İş birliği Platformları	Kaynak	Tanım
Microsoft Teams	Microsoft Inc.	Video konferans, içerik paylaşımı ve uygulama entegrasyonunu birleştiren iletişim ve işbirliği platformu
Gdrive/Docs	Google Inc.	Belgelerin ortaklaşa düzenlenmesini sağlayan bulut depolama platformu.
Slack	Slack Technologies	Ekip üyeleri arasında mesajlaşmayı, video konferansı, planlamayı ve içerik paylaşımını kolaylaştıran iş birliği merkezi.

Tablo 1.İletişim ve iş birliğini destekleyen popüler çevrimiçi platformlar

Kaynak: Brynes vd., 2021:84.

Dinamik, küresel bir yapısı olan pandemi ile mücadele; komplike ve güç bir yönetim süreci gerektirmektedir. Bu savaşta; insan hakları, demokrasi, uluslararası ilişkiler vb. konularda dikkatli davranmak, ülkenin ekonomik ve sosyo-kültürel yapısının gerektirdiği mücadele tedbirleri radikal bir biçimde uygulamak gerekirken pandemi karşısında insanların verdiği tepkileri ve bu tepkilere neden olan faktörleri anlamak önemlidir (Daşlı vd.,2022:585). Pandemi her şey; hem dahili olarak çalışanlar, iş arkadaşları veya ekip üyeleri ile hem de insanlar, toplumlar ve uluslar ile harici olarak etkili iletişim etrafında

dönmektedir. İletişim sırasında karışık veya geç mesajlar, ataerkillik, söylentileri veya mitleri görmezden gelme, hükümetler arasındaki güç mücadeleleri, gerçekçi olmayan beklentiler, bilimsel terimler ve kısaltmalar, olumsuz iddialar, belirsiz, soyut, suçlama gibi hatalardan kaçınmak çok önemlidir (Back vd.,2020:760). Sanal toplantıların avantajları yanında çalışanları muzdarip ettiği pozisyonlar da mevcuttur. Sürekli kullanılabilir durumda olan video konferans sistemlerinin gereksiz toplantı yapmayı tetiklediği ve bu sebeple yüz yüze toplantılardan çok daha fazla yorucu olduğunu ifade eden çalışanlar bulunmaktadır. Çok fazla sanal toplantı yapmak; profesyonel veya özel programlarıyla çeliştiğinde çalışanlar tarafından çok müdahaleci olarak algılandığından ters tepebilmektedir (Waizenegger vd.,2020:435). Bu tür uygulamaların avantaj ve dezavantajları detaylandırılacak olunursa (Brynes vd,2021:84);

Avantajları

- Uluslararası katılım,
- Verimli zaman,
- Ulusal/uluslararası seyahate düşük maliyetli alternatif,
- PowerPoint, video veya ham veri formatlarını sunabilme,
- Sunumun görsel yönlerine artan odaklanma,
- Yetki verilen başkan, oturumu yönetebilir ve görüşmeye arabuluculuk yapabilir,
- Toplantıyı yeniden planlamak veya ertelemek kolaydır.

Dezavantajları

- Katılımcılar arasında zaman "gecikmesi",
 - Vücut dilinin zayıf iletimi,
 - Katılımcılar arasındaki saat dilimi farklılıkları,
 - Fiziksel veriler (örn. 3B yazdırılmış modeller) sunulamaz,
 - Yüksek hızlı internet gerektirir,
 - Bağlantı kopması riski,
 - Üniversiteler için lisans ücretleri,
 - Kişisel verilerin korunması ve gizlilik endişeleri,
- olarak sıralanabilir.

Sağlık hizmetlerinin sunumu ve kalitesine ilişkin gerek teorik gerekse uygulamada hızla değişen teknolojinin, hasta şikâyet ve taleplerinin ve küresel kriz gibi birçok faktörün de etkili olduğu söylenebilir (Mısırlıoğlu,2022:272). Halk sağlığı krizleri; twitter ve çevrimiçi platformlar gibi sosyal medya, insanların sağlık mesajlarını araması, alması ve paylaşması için önemli kanallar haline gelmiştir. Sosyal medyanın özellikle sağlıkla ilgili mesajların yayılmasında ve izlenmesinde yararlı olduğu kanıtlanmıştır (Scanfeld

vd.,2010:184). Bunun dezavantajı olarak da bilgi kirliliğinin ortaya çıkması ve yanlış bilgilerin kolayca yayılması problemi gündeme gelmiştir. Bu durumda Dünya Sağlık Örgütü direktörü Dr. Tedros'un da değindiği gibi infodemi kavramı ortaya çıkmaktadır. Infodemi; information ve pandemic kelimelerinin bir araya gelmesiyle türetilen ve kriz durumlarında asılsız bilgilerin yayılarak kişilerin doğru bilgilere erişememeleri ve bu yanlış bilgilerin çok hızlı yayılması olarak tanımlanmaktadır (Doğanay,2020).Hindistan hükümeti yanlış bilginin yayılmasının önüne geçmek amacıyla oluşturduğu Covid-19 web portalında ulusal ve eyalet çapındaki yardım hattı numarasına, gerçek e-posta kimliğine, WhatsApp, Twitter, Facebook, New Desk Telegram, Instagram, Twitter, LinkedIn ve YouTube'da devlet sosyal merkezine sahiptir. Hükümet; pandemi ile ilgili riskler, en iyi uygulamalar ve ilgili tavsiyeler hakkında kullanıcılara proaktif olarak ulaşmayı ve onları bilgilendirmeyi amaçlayan Aarogya Setu mobil uygulamasını da geliştirmiştir (Reddy ve Gupta,2020). Facebook; 3 Aralık 2020'de, Covid-19 aşılılarıyla ilgili asılsız bilgileri kaldırmaya başlayacaklarını açıklamış, Twitter da aynı şeyi 16 Aralık 2020'de yapmıştır. Facebook'un içerik kaldırma kapsamı o zamandan beri genişlemiş ve aşılarda ilgili yanlış iddiaları 8 Şubat 2021'de daha kapsamlı bir şekilde inceleyeceğini belirtmiştir (Broniatowski,2021:1056).

İletişim ve pandemi kelimelerinin bir araya geldiği noktada bahsedilmesi gereken önemli bir diğer konu risk iletişimidir. Risk iletişimi; genellikle bir acil durum sırasında sağlık riskleri ve tehlikeleri hakkında etkili ve doğru bilgi alışverişidir (DiClemente vd.,2016:379). Risk iletişiminin amacı, risk bilincini ve anlayışını iletirmek ve bireyler, toplumlar ve kurumlar arasında sağlığı koruyucu davranışı teşvik etmektir. Risk iletişiminin nihai amacı, risk altındaki kişilerin kendilerini ve sevdiklerini korumak için bilinçli kararlar almasını sağlamaktır. Risk iletişimi, kamuoyunun önlemlere anlayış, güven, kabul ve uyum sağlamasını sağladığı için risk azaltma önlemlerinin önemli bir parçasıdır. Risk azaltma, risk ve maruz kalma değerlendirmesinden elde edilen bilgilere dayanan disiplinler arası bir karar verme sürecidir (Bruinen De Bruin vd.,2007:57). Kriz iletişimi ve yönetimi açısından, Covid-19 pandemisi birkaç nedenden dolayı oldukça zorlayıcı olmuştur; bunlardan bazıları, kriz durumlarında iletişimin etkinliğini etkileyen faktörlerle ilgili olmakla birlikte, aynı zamanda kriz durumlarında yaşanan siyasi, ekonomik ve sosyokültürel faktörlerden de kaynaklanmaktadır (Castro Seixas,2021:2).

İş Birliği ve Covid-19 Yönetimi

İş birliği; bir amaç doğrultusunda birden fazla aktörün bir araya gelmesi ve birbirleriyle koordinasyon sağlayarak çalışması faaliyetini ifade eder (Kavanoz,

2021:384). Mattessich ve Monsey (1992:53) iş birliğini; ortak hedeflere ulaşmak için iki veya daha fazla kuruluşun oluşturduğu faydalı ve iyi tanımlanmış ilişkisi olarak tanımlamıştır. Hameed ve diğerlerine göre (2022:96), COVID-19'un önlenmesinde uluslararası iş birliğini etkileyen yedi unsur ;(1) siyasi, (2) planlama, (3) altyapı, (4) liderlik ve yönetim, (5) bilgi ve bilgi paylaşımı, (6) topluluk katılım ve (7) süreç/eylem şeklinde sıralanmaktadır. Bu unsurlar;

- Siyasi: Pandemi sürecinde ve gelecekte duyulabilecek ihtiyaçları karşılamak için taahhüt ve düzenlemeler gereklidir. Ayrıca, küresel sağlık, aşı ve bilim politikaları da dâhil olmak üzere uluslararası diplomasi üzerine kurulu hem siyasi hem de ekonomik faydaları kapsayan, ilerlemeye, sağlık güvenliğine yol açabilecek bir salgın müdahale planı belirlenmelidir (AlKhaldi vd, 2021:5).
- Planlama: Güçlü bir yönetim yapısı, uzun vadeli bir iş birliği mekanizması ve küresel veya bölgesel ittifaklar aracılığıyla, sürdürülebilir kalkınmayı en üst düzeye çıkarılması ve bağışıklama programlarını ve faaliyetlerini desteklemeye yardımcı olabilir (Collins vd, 2020:6).
- Altyapı: Sağlık kuruluşlarındaki kişisel koruyucu ekipman eksikliği ve özellikle düşük gelirli ülkelerdeki kaynak eksikliği, koordineli uluslararası uygulamalar vasıtasıyla güçlendirilerek ele alınmalıdır. İnsani ve fiziksel kapasitenin artırılması, bölgesel üretimin güçlendirilmesi, fiyat ayarlaması, sevkiyat, kaynak takviyesi, kişisel eğitim ve ilaç temin vb. konular, sistematik olarak ele alınması gereken uzun vadeli meselelerdir. Uluslararası ortaklıklar ve iş birlikleri sayesinde, uygun fiyatlı aşılardan küresel arzına ve geçişine de yardımcı olabilir (Ros vd,2021:11).
- Liderlik ve Yönetişim: Uluslararası kuruluşlar arasında desteğin geliştirilmesi, farklı uluslararası kuruluşlardan yöneticilerin, koordinatörlerin ve karar vericilerin iyi gelişmiş teknik avantajlar kullanarak uluslararası sorunlarla başa çıkmalarını gerektirmektedir. Dünyanın dört bir yanındaki meslektaşları desteklemek ve düşük ve orta gelirli ülkelere gerekli uzmanlığı ve sürekli aşı seferberliğini sağlamak için elektronik hasta izleme ve teletıp programları aracılığıyla insan dayanışması almaktadır (Vervoort vd, 2021:2).
- Bilgi ve bilgi paylaşımı: Teşhis, temaslı takibi, önleme tedbirleri gibi prosedürlerin uygulanması küresel anlamda hayati bir öneme sahip olmuştur. Bu manada, dünya nüfusunun sağlığını tehdit eden zararı azaltmakta kritik olan güvenilir bilgilerin, tüm dünyaya hızlı bir şekilde yayılması kritik önem arz etmektedir (Tartari vd, 2020:781).

- Toplum katılımı: Ortak önleme ve kontrol, belirsizlikle yüzleşme, söylentilere etkili bir şekilde karşı koyma ve sağlık okuryazarlığını artırma konularında toplum katılımının önemini vurgulanmaktadır (Hu ve Qiu:2020:171).
- Süreç/Eylem: Aşı tedarığının hızlı ve eşit dağılımı, en öncelikli konu olarak görülmektedir. Özellikle gelişmemiş ülkelerin, sağlık tesislerindeki eksiklik ile mali ve insan kaynaklarındaki yetersizliği dikkate alarak, DSÖ ve diğer kilit paydaşlar tarafından aşı sağlama ve dağıtma konusunda uygulamalar üretmek, COVID-19 pandemisi müdahalesinde kritik öneme sahip olmuştur (Yu vd,2021:137).

Şeklinde sıralanarak açıklanabilir. Covid-19 pandemisinde alınması gereken önlemler ve bu önlemlere dair iş birliği konusunda Milletlerarası Ticaret Odası'nın (ICC)'nin tavsiyeleri aşağıdaki gibidir (ICC,2020):

- Hem özel sektör hem de kamu sektöründe, bilim adamları dahil olmak üzere küresel araştırma topluluğu içindeki uluslararası araştırma iş birliği ağlarının desteklenmeli ve güçlendirilmeli, ulusal veya uluslararası siyasi farklılıklar gözetmeksizin araştırma iş birliğinin sürdürülmesini sağlanmalıdır.
- Bilimsel bilgi, veri ve fiziksel örneklerin etkili, zamanında, sınır ötesi erişimi ve bunların değiş tokuşu sağlanmalı.
- Hem özel sektör hem de kamu sektöründe uluslararası bilimsel iş birliği ve araştırma için gerekli olan açık bilgi alışverişi sağlanmalı ve bu durumu baltalayacak ulusal ve uluslararası düzeyde düzenlemeler yapılmamasına dikkat edilmelidir.
- Gelecekteki acil durumlarla mücadele etmek için gerekli altyapıyı ve küresel olarak daha çeşitli araştırma kapasitesini oluşturmak için sürekli olarak uluslararası araştırma iş birlikleri ve bilgi alışverişi kolaylaştırılmalı ve desteklenmeli.

Bilimsel araştırma topluluğunun dikkat çekici işbirlikçi çabaları, birbirine oldukça bağlı bir dünyanın faydalarını göstermektedir. Salgından sadece birkaç ay sonra, salgınla savaşmak için bilgi ve kaynakları sınırlar arasında paylaşmak üzere küresel bir tıbbi inovasyon ekosistemi ortaya çıkmıştır. Önceki pandemilerde olduğu gibi, DSÖ teşhis, tedavi ve aşılarda işbirlikçi gelişimini hızlandırmak için küresel bir merkez olarak hareket ederek en erken aşamalardan itibaren önemli bir koordinasyon rolü oynamıştır (Guimon vd., 2020:40). Buna paralel olarak, birkaç kâr amacı gütmeyen uluslararası araştırma ortaklığı, küresel müdahalenin koordinasyonuna önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. Birçok ulusal

hükümet, COVID-19 araştırmalarına yönelik artan araştırma bütçelerinin artan bir kısmını, daha koordineli bir küresel yanıt oluşturan bireysel araştırma laboratuvarlarına tahsis etmek yerine (Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Teşkilatı 2020a) bu küresel ortaklıklara ayırmıştır.

Açık bilim uygulamalarının benimsenmesi, uluslararası bilimsel iş birliğini de kolaylaştırmıştır (Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü 2020b). İlgili hakemli yayınlara anında açık erişim sağlamayı, araştırma bulgularını ön baskı sunucuları aracılığıyla kullanıma sunmayı ve araştırma sonuçlarını DSÖ ile hemen paylaşmayı taahhüt ettiler. O zamandan beri, açık erişim havuzlarında binlerce makale ve veri yayınlandı. İlgili fıkri mülkiyeti paylaşmaya yönelik yenilikçi yaklaşımlar da araştırılmaktadır (Chesbrough,2020).

Sonuç

Pandemi, etkili iletişimin kişisel önemini güçlendirmeyi zorunlu kılmıştır. Kriz sırasında risk, problem ve belirsizlik yönetimine hazırlanmak önemlidir. Minimum seviyede hata için etkili ve bütünleşmiş iletişim için bu kapsamlı çerçeveye ulaşmak küresel seviyede çok kritik bir öneme sahiptir. Virüse karşı olan savaşın kazanılmasındaki başarı; halk arasındaki doğru bilginin yayılımının yanında bir doktorun ve diğer sağlık çalışanlarının doğru teşhisi kolaylaştırmak için bilgi toplama, izolasyon ve karantina için uygun tavsiyeler verme, klinik tavsiye sağlama ve hastalarla ilişkiler geliştirme dahil olmak üzere etkili iletişim ve kişilerarası becerilerini zorunlu kılmaktadır.

Küresel iş birliği eksikliğinin sonuçları, global eşitsizliklerin ve bu farkın giderek artmasına yol açacaktır. Ekonomiye ilişkin uluslararası iş birliği; jeopolitik yapıların ve rekabetin etkisiyle zamanla zarar görmüş olsa da insan hayatını ilgilendiren uluslararası sağlık diplomasisinin içinde yer almak ve sağlık politikalarını dünyayla uyumlu hale getirmek rekabetin ve düşmanlığın önünde olması gereken bir politikalar bütünü olarak değerlendirilmelidir.

Kaynakça

1. AlKhaldi, M., James, N., Chattu, V. K., Ahmed, S., Meghari, H., Kaiser, K., ... & Tanner, M. (2021). Rethinking and strengthening the Global Health Diplomacy through triangulated nexus between policy makers, scientists and the community in light of COVID-19 global crisis. *Global Health Research and Policy*, 6(1), 1-6.
2. Back, A., Tulskey, J. A., & Arnold, R. M. (2020). Communication skills in the age of COVID-19. *Annals of internal medicine*, 172(11), 759-760.
3. Broniatowski, D. A., Dredze, M., & Ayers, J. W. (2021). "First Do No Harm": Effective Communication About COVID-19 Vaccines. *American Journal of Public Health*, 111(6), 1055-1057.
4. Bruinen De Bruin, Y., Lahaniatis, M., Papameletiou, D., Del Pozo, C., Reina, V., Van Engelen, J., ... & Jantunen, M. (2007). Risk management measures for chemicals in consumer products: documentation, assessment, and communication across the supply chain. *Journal of exposure science & environmental epidemiology*, 17(1), S55-S66.
5. Byrnes, K. G., Kiely, P. A., Dunne, C. P., McDermott, K. W., & Coffey, J. C. (2021). Communication, collaboration and contagion: "Virtualisation" of anatomy during COVID-19. *Clinical anatomy*, 34(1), 82-89.
6. Castro Seixas, E. (2021). War metaphors in political communication on COVID-19. *Frontiers in sociology*, 112.
7. Center for Disease and Prevention (2020). Erişim: <https://www.cdc.gov/eis/field-epi-manual/chapters/Communicating-Investigation.html#box12-1> . Erişim Tarihi: 9.11.2022
8. Chesbrough, H. 2020. To recover faster from Covid-19, open up: Managerial implications from an open innovation perspective. *Industrial Marketing Management* April 16.
9. Collins, T., Akselrod, S., Bloomfield, A., Gamkrelidze, A., Jakab, Z., & Placella, E. (2020). Rethinking the COVID-19 pandemic: back to public health. *Annals of global health*, 86(1).
10. Daşlı, Y., Bakirer, A., & Mısırlıoğlu, A. (2022). Covid-19 Salgınının Sağlık Okuryazarlığı Üzerine Etkisi: Bir Alan Araştırması. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(2), 585-597.
11. DiClemente, R. J., & Jackson, J. M. (2016). Risk communication. In *International encyclopedia of public health* (pp. 378-382). Elsevier Inc..
12. Doğanay, S. (2020). Yanlış Bilginin Pandemisi. Erişim: <http://sml.boun.edu.tr/index.php/2021/10/20/yanlis-bilginin-pandemisi-infodemi/> Erişim Tarihi: 25.11.2021

- 13.Green, B. N., & Johnson, C. D. (2015). Interprofessional collaboration in research, education, and clinical practice: working together for a better future. *Journal of Chiropractic Education*, 29(1), 1-10.
- 14.Guimon, Jose & Narula, Rajneesh. (2020). Ending the COVID-19 Pandemic Requires More International Collaboration. *Research Technology Management*. 63. 38-41.
- 15.Hameed, M., Najafi, M., Cheeti, S., Sheokand, A., Mago, A., & Desai, S. (2022). Factors influencing international collaboration on the prevention of COVID-19. *Public Health*.
- 16.Hu, G., & Qiu, W. (2020). From guidance to practice: Promoting risk communication and community engagement for prevention and control of coronavirus disease (COVID-19) outbreak in China. *Journal of Evidence-Based Medicine*, 13(2), 168-172.
- 17.ICC (2020). Erişim: Covid-19 Pandemic: Lessons For International Research Collaboration And Information Exchange. Erişim Tarihi: 16.12.2022.
- 18.Kavanoz, S. E. (2021). KENTSEL DİRENÇ PLANLAMASINDA İŞ BİRLİĞİ. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (59), 375-390.
- 19.Mattessich, P. W., & Monsey, B. R. (1992). Collaboration: what makes it work. A review of research literature on factors influencing successful collaboration. Amherst H. Wilder Foundation, 919 Lafond, St. Paul, MN 55104.
- 20.Mısırlıoğlu, A. (2022). Sağlık Sektöründe hizmet kalitesine yönelik bibliyometrik bir analiz. *İktisadi ve İdari Bilimlerde Güncel Araştırmalar*, Gece Kitaplığı, Ankara, ss. 271-280.
- 21.Organisation for Economic Co-operation and Development. 2020a. STIP Covid-19 watch: OECD monitor of science and innovation policy responses to the Covid-19 crisis. <https://stip.oecd.org/Covid.html>
- 22.Organisation for Economic Co-operation and Development. 2020b. Why open science is critical to combatting COVID-19. Organization for Economic Cooperation and Development, Paris. <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/why-openscience-is-critical-to-combatting-covid-19-cd6ab2f9/>
- 23.Reddy, B. V., & Gupta, A. (2020). Importance of effective communication during COVID-19 infodemic. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 9(8), 3793.
- 24.Ros, F., Kush, R., Friedman, C., Gil Zorzo, E., Rivero Corte, P., Rubin, J. C., ... & Van Houweling, D. (2021). Addressing the Covid-19 pandemic

- and future public health challenges through global collaboration and a data-driven systems approach (Vol. 5, No. 1, p. e10253).
25. Scanfeld, D., Scanfeld, V., & Larson, E. L. (2010). Dissemination of health information through social networks: Twitter and antibiotics. *American journal of infection control*, 38(3), 182-188.
 26. Spataro, J. (2020). Remote work trend report: meetings. Erişim: [https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/blog/20, 20, 04-09](https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/blog/20,20,04-09). Erişim Tarihi: 11.11.2022
 27. Tartari, E., Hopman, J., Allegranzi, B., Gao, B., Widmer, A., Cheng, V. C. C., ... & Voss, A. (2020). Perceived challenges of COVID-19 infection prevention and control preparedness: A multinational survey. *Journal of Global Antimicrobial Resistance*, 22, 779.
 28. Tudor, C. (2022). The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Global Web and Video Conferencing SaaS Market. *Electronics*, 11(16), 2633.
 29. Vervoort, D., Ma, X., & Luc, J. G. (2021). COVID-19 pandemic: a time for collaboration and a unified global health front. *International Journal for Quality in Health Care*, 33(1), mzaa065.
 30. Waizenegger, L., McKenna, B., Cai, W., & Bendz, T. (2020). An affordance perspective of team collaboration and enforced working from home during COVID-19. *European Journal of Information Systems*, 29(4), 429-442.
 31. Yu, Z., Wang, G., Goldman, E., Zangerl, B., Xie, N., Cao, Y., ... & Aleya, L. (2021). COVID-19 vaccine: Call for employees in international transportation industries and international travelers as the first priority in global distribution. *Open Medicine*, 16(1), 134-138.

**FÜRUZAN'IN "HARAÇ"
ÖYKÜSÜNÜN ANLATI ÜSLUBU
AÇISINDAN BİR İNCELEME**

Beril UĞURLU

*Kırıkkale Üniversitesi, Doğu Dilleri ve Edebiyatları,
tezli yüksek lisans.*

Giriş:

Tanzimat döneminde, Batı edebiyatından Türkçeye çeviriler yoluyla temeli atılan Modern hikayecilik, yeni bir edebiyat anlayışının oluşmasında önemli bir rol oynamıştır.

Dönemin popüler yazarlarından Ahmet Mithat Efendi, Türk Edebiyatı'ndaki ilk denemelerini “*Letaif-i Rivayat*” eseriyle vermiştir. Ancak yazarın, anlatı termolojisinde yaşadığı karışıklık eserlerine gölge düşürmüş ve teknik yönden kusurlu bulunmuştur. Bu nedenle Modern Türk Edebiyatında Batılı tarzda yazılmış ilk hikâye örneği olarak Samipaşazade Sezai'in 1891'de yazdığı “*Küçük Şeyler*” adlı eseri ve ilk roman örneği olarak Namık Kemal'in 1876'da yazdığı “*İntibah*” eseri kabul görmektedir. Türk edebiyatçıları tarafından termoloji karışıklığını gidermek için hikâye sözcüğünü öykünmek kökünden gelen öykü sözcüğüyle değiştirilmiştir.

Bu dönemde Batı edebiyatlarının etkisiyle ahlaki ve sosyal sorunları içeren ve topluma bir mesaj iletmek amacıyla yazarlar kendi düşünce ve yorumlarını ekleyerek hikâye örneklerini yazmışlardır. Bu durum teknik olarak zayıf ve kusurlu olarak görülmüştür.

20. yüzyılın başlarında, Batı edebiyatı tarzında Türk kısa öyküsü, ilk dönem yazarları olarak bilinen Refik Halit Karay ve Ömer Seyfettin'in elinde büyük bir olgunluğa kavuşmuştur. Bu yeni edebi türde Ömer Seyfettin'in etkisi Cumhuriyet ilanından sonrasına kadar sürmüştür. Öykülerinde Anadolu köyleri, köylülerin hayatı ve sıkıntılarına ışık tutmuştu. Refik Halit Karay ise; eserlerinde İttihat ve Terakki politikasını alaylı üslupla eleştirmesi neticesinde Beyrut'a sürülmüştür.

1908-1940 yılları arasında konu ve teknik bakımından öykücülüğe büyük katkısı olan Memduh Şevket Esendal, Türk toplumun yoksul bireylerinin çektiği sıkıntıları içeren kısa öykülerini sunmuştur. 1930-1940 yılları arası sosyalizmden etkilenen Sait Faik Abasıyanık ve Sabahattin Ali'nin eserlerinde yeni anlatım üslupları kullanarak güçlü insan deneyimleri içeren öyküleri yazmışlardır.

1950'li yıllarda ortaya çıkan sürrealizm ve varoluşçuluk akımları kısa hikâyenin anlaşılmasını zor hale getirmiştir. 1960'lı ve 1970'li yıllarda Türk kısa öyküsü büyük bir çeşitlilik ve zenginliğe tanık olmuştur. Lakin en önemlisi kısa öykülerde postmodern özelliklerinin ortaya çıkmasıydı. Yusuf Atılgan ve Oğuz Atay gibi kısa öykü yazarları yeni anlatı biçimleri ve kalıpları aramaya başlamıştı. Bu dönem, Türk toplumunda feminist düşünceyle dolu, erkek otoritesine dargın ve postmodernizmin etkisiyle yazdığı kısa öykü ve romanlarda fikirlerini ifade eden Pınar Kür, Füruzan ve Leyla Erbil gibi kadın yazarları sunmuştur. Bu süreçte de edebiyatçı Nazlı Eray Türk kültür ortamını egzotik kısa öyküler dünyasıyla tanıştırmıştır. Türkiye'deki eğitimli seçkinler arasında yaygın olan sol düşünce ve ideolojisine, anlatı söylemleriyle ve kısa hikayeleri ile direnen, İslami

akıma bağılı Rasim Özdenören ve Mustafa Kutlu gibi kısa öykü yazarlarının etkili katkıları bulunmuş ve hikayeleri genellikle metafizik akımı içeriyordu.¹ Edebi tür olarak kısa hikâye farklı tarihsel süreçlerde, tematik ve sanatsal işlenmesinde çeşitlilik ile Batı anlatı yöntemlerine ayak uydurduğu görülmüştür.²

Yazar hakkında

Çağdaş Türk Edebiyatının önemli kadın yazarlarından biri olan Füzûzan 1935 yılında İstanbul’da doğdu. Çocukluktan itibaren okumayı, çevresinde olup biten olayları gözlemlemeyi fazlasıyla sever. İlkokulda Emile Zola ve Victor Hugo gibi yazarların eserlerini okumaya başlar. İlerleyen yıllarda Nazım Hikmet, Orhan Kemal, Yaşar Kemal gibi toplumcu yazarların eserlerine ilgi duyar. 1950’li yıllar onun hayatında dönüm noktası olur. Karl Marks’ın Kapital’ini okumaya başlar. Böylece onun toplumcu yanını besleyen; üretim, emek, işçi sorunları konularında daha fazla düşünmeye başlar. Füzûzan’ın öğretmenleri ilki annesi, ikincisi İstanbul, üçüncüsü büyük yazarlardır. Özellikle hikâye ve romanlarında toplumcu gerçekçi bir tutumla Batılılaşma zihniyetiyle gitgide kendine, kültürüne ve çevresine yozlaşarak hiçbir yere ait olamayan insanlara, düşen/düşürülen kadınlara, çocukluğunu yaşayamadan büyümek zorunda olanlara ve köyden kente göç edenlerin yaşadıkları problemlere yer verir.³ 1975’de DAAD burslu olarak Almanya’ya davet edilerek bir yılı aşkın süre yaşar.⁴

İlk kitabı “*Parasız Yatılı*” ile Mayıs 1972’de Sait Faik Hikâye Armağanını aldı. Türk öykücülüğünde büyük katkısı bulunan Füzûzan; şiir, roman, tiyatro gibi farklı edebiyat türlerinde de muazzam eserler vermiş ve Türkiye’nin ünlü yazarları arasında yer almıştır.

Yazarlığının ilk temellerini 1950’li yıllarda atan Füzûzan’ın eserlerini kaleme aldığı bu yıllarda Türkiye’nin siyasal hayatında istikrarsızlık ve yakın aralarla darbeler yaşanmıştı. Yaşanan süreçlerin doğal sonucu olarak Türk toplumun hayatında her alanında derin etkiler bırakmıştı. Füzûzan’ın yurt içi gözlemlerinin yanı sıra yurt dışında yaptığı geziler, işçilerle yapılan röportajları sırasında izledikleri, elde ettiği bulguları ve deneyimlerinden yola çıkarak gerçek olayların Füzûzan’ın kurguladığı eserlerinin temel ilham kaynağı olmuştur. Eserlerinde çoğunlukla toplumlarda geri planda kalan, benimsenmeyi ve keşfedilmeyi

¹ Abdulfettah, İslam, ‘The Problem of Classifying the Narrative Product for The Turkish Writer Pınar Kur Narrative Production “Bir Deli Ağaç” / “A Crazy Tree” as A Model’, *Ain Shams University – Faculty of Education*, Cilt: 2, Sayı: 14, Mısır, 2021, s.486

² Abdulfettah, a.g.e., s.487

³ Kılıç, Fikret, Gürbüz, Handan, ‘Füzûzan’ın Romanlarında Kültürel Yozlaşma’, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2017, s.259

⁴ Kurultay, Can, *Çağdaş Türk Edebiyatında Kadın Yazarlar*, Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı, B.1, İstanbul, 1993, s. 28

bekleyen susturulmuş kadın ve çocukların sesi olmaya çalışmıştır. Bunun yanı sıra yoksulluk, göçmenlik, bireyler arası sınıfsal farklılık, toplumun siyasi ve sosyal hayatına doğrudan temas eden meselelere de dikkat çekmeye çalışmıştır.

Füruzan, duygusallıktan yola çıkarak toplumsal koşulları da göz ardı etmeyen bir duygu çatışmasını, okuru da bilinçlendirme amacıyla ele alır. Asım Bezirci'nin ifadesiyle, yazarın keskin bir dikkati, güçlü bir gözlemi, duyarlı, içten, inandırıcı bir anlatımı vardır. Bütün bunlara yazarın “yaşantısının zengin verileri ve hayal gücünün alımlı imgeleri ile sınıf bilincinin acı doğruları da eklenince şiirli, buruk, tatlı bir birleşim doğuyor. Üstün bir yeteneği sezdirenen çekici, düşündürücü bir birleşim. Bu özellik, bazılarınca aynı hikâye ve insanları anlatmak olarak yorumlansa da Mehmet Doğan, Füzuran'ın yaptığı bu tip geliştiriminin bilinçli olarak sürdürülen bir derinleşme olduğunu vurgular.⁵

Yazarın yapıtları başta Almanca olmak üzere, Rusça, Farsça, Arapça, İngilizce, Flamanca, Fransızca dillerine çevirilmiştir. **Romanları:** 47'liler (1974) ve Berlin'in Nar Çiçeği (1988). **Öykü kitapları:** Parasız Yatılı (1971), Kuşatma (1973), Ah güzel İstanbul adlı öykü yazar tarafından senaryolaştırıldı ve 1981'de Ömer Kavur tarafından filmi çekildi, Benim Sinemalarım (1974), Gecenin Öteki Yüzü (1982) 1987 yılında TV dizisi olarak çekildi ve Gül Mevsimdir (1985). **Deneme-Araştırma kitapları:** Yeni Konuklar (1978), Ev Sahipleri (1981), Makedonya, Saraybosna ve Ötekiler İşte Bizim Rumeli. **Oyun:** Redife'ye Güzelleme (1989), **Şiir kitabı:** Lodoslar Kenti (1991). Senaryolaştırdığı öyküsü Benim Sinemalarım'ı ressam Gülsün Karamustafa ile birlikte filme çekti. Bu film 1990 Cannes Film Festivaline seçildi. 1991'de Tahran Film Festivali'nde En İyi Film Jüri Özel Ödülü'nü aldı. 1991 Tokyo Film Festivali'nde En İyi Asya Filmleri Bölümü'ne seçildi.⁶

“Haraç” Öyküsü

Öykü, Füzuran'ın 1971 yılında kaleme aldığı “Parasız Yatılı” eserinin on ikinci ve son öyküsüdür. Biçimsel boyut olarak kitabın en uzun öyküsüdür. Yazar, “Haraç” aracılığı ile ana kahraman üzerinden çeşitli toplumsal sorunlara ışık tutmuştur. Özellikle kadının toplumdaki yeri, karşılaştığı tehlikeler ve sıkıntılara dikkat çekmiştir. Yazarın kadınsı bakışı, söyleminde de ifade edildiği gibi “Dünyanın yenilenmesi, bağımsızlaşması, uygarlaşması kadınların özgür bireyler olma bilincine varmasıyla elde edilebilir ancak. Çünkü yirmi birinci yüzyılı karşıladığımız bu günlerde, dünya yeniden erkek değerlerini yücelterek yapmaya niyetli görünüyor bu yeni yüzyıl anlayışını... Ne yazık.”⁷

⁵ Baş, Selma, 'Füzuran'ın Öykülerinde Eğitim Sorunları', *Turkish Studies*, 2009, s.646

⁶ Kurultay, a.g.e., s. 28

⁷ Can Kurultay, a.g.e., s. 28.

Ana kahramanın Salıpazarı'ndan dönüşü sırasında, yokuşun başından bitişiine kadar geçen sürede yaşamsal öyküsünü kendi ağzından okuyucuya aktarmaktadır. Birinci Dünya Savaşı sırasında zor şartlar altında hayatlarını idame ettirmeye çalışan köylüler, çocuklarını şehirli zenginlere para karşılığına satmaya kalkışırlar. Öykü kahramanı, köylü çocuklar gibi annesi ile acıklı bir vedadan sonra para karşılığında İstanbul'da bir konağa verilir.

Çocuk yaşlarda konaktakilere hizmet etmeye başlar. Konakta en ağır işleri ona yaptırırlar ve her fırsatta çirkinliğini dile getirirler, alay konusu ederler ve değersizleştirirler. Genç kızlık çağındayken konak sahibinin devamlı cinsel tacizine maruz kalır. Zamanla psikolojisi yıpranan kahramanın günahkâr olduğunu düşünür, kendi kendini sürekli suçlar ve vicdan azabı çeker.

Savaş sonrası kıtlık, kıran başlar. Zenginler servet, refah peşindeyken köylüler ise savaşı kazanmaya çalışırlar. Konaktakiler, Nişantaşı'nda bir apartman dairesine taşınır. Yabancı hizmetçiler getirilir ve alafranga kültürü benimsenmeye başlanır. Bomboş konakta üç yıl geçiren kahraman, korkuları ve yalnızlığı ile baş başa kalır. Konak işlerini yürüten ellili yaşlarda avukat ile konak hanımı tarafından zorla evlendirilir. Kötü şartlara sahip bir eve taşınırlar.

Savaş sonrası zenginler ile yoksullar arasında ekonomik uçurum nedeniyle köylerden göç başlar. Kahramanın oğlu hem kendini hem de annesini yaşlılık çağında rahat bir hayata kavuşturmak için Almanya'ya göç eder. Ancak zamanla ailesini unuttur ve eskisi gibi mektuplar göndermez. Kahraman, beden ve ruhen konaktaki baskılar altında geçen hayatı nedeniyle hastalanmış ve zamanla hastalığı ilerlemiştir. Altmışlı yaşlarındayken Salıpazarı dönüşü yatağında, anne ve evlat hasretiyle, Mushaf'ı yanında bulundurarak ebediyete kavuşur.

Kurgunun ilk unsurunu oluşturan adı, öykünün muhtevasına ve kişilik niteliğine göre tek bir sözcükten oluşan “*Haraç*” ile özetlenip yansıtılmaktadır. Yazar; öykünün belirgin yönünü vurgulamak ve ana düşüncüyü iletmek üzere, simgesel değer kazanan haraç sözcüğü, konakta mevcut yönetim şeklini bir haraç sistemine benzeterek okuyucunun odağını bu noktada toplamaktadır.

Öykü de Şemsitap ve ardından Servet'in olayına değinerek anlatıcı kahraman aracılığı ile öykü başlığı bir kez daha vurgulamaktadır. “*O arabacı parçacı giderken, ‘Bunlar haraç alırlar,’ dedi ya istediği neyin payıydı? Haraç nedir bilir misin? Bir insanın diğerinden hakkı olmayanı almasına haraç denir,..*”⁸ Servet bu durumu iç monolog tekniği ile izah etmeye çalışır ve Şemsitap'ın ardından kendisinden nasıl haraç alındığını anlatır. “*Sonra Rusuhi Bey koynuma girmişti*”⁹

⁸ Füzûzan, Parasız Yatılı, Yapı Kredi Yayınları, Baskı:40, İstanbul, s. 141.

⁹ *Aynı eser*, s.141.

Öykü de Servet ana kahraman olarak bizzat yaşadıklarını, düşündüklerini ve iç dünyasında hissettiklerini en ince ayrıntılarıyla okuyucuya aktarır. Olayın hem yapıcısı olan bir özne hem de anlatıcı, aktarıcı olan bir kişidir.¹⁰ Ancak; iradesi olmayan, hep başkalarının iradesine ve arzusuna göre hareket eden, sürükleyen değil, sürüklenen kişidir.¹¹ “Benim için demezler miydi, ‘Servetin sırtına vur, ekmeğini ağzından al,’ diye.” Bu tip kişiliklerin; kendi insani zenginlik, derinlik ve özgünlükleri değil kendilerine verilen rolleri ön plandadır.¹² Servet öykünün konusu bakımından düz bir tiptir. İyi huylu, yardımsever, kendi çıkarını gözetmeksizin başkalarının iyiliğini isteyen, fedakâr ve iyilik meleği gibidir. Temsil ettiği değerler bakımından diğerkam bir karakterdir. “Sen insan kılığına girmiş melaikesin”¹³

Yazar, ortadan başlatma tekniği ile toplumun yoksul kesimini temsil eden Servet’in ekonomik durumuna değinerek öyküye giriş yapmaktadır. “Salıpazarı’na çıktığımda lahanaların sergilere dizildiğini gördüm... pahalı.”¹⁴ Ardından, kahramanın fiziği ve görüntüsü hakkında özlü sözcüklerin yanı sıra deyim ve atasözü ile anlamı desteklemektedir. “Sanki bir elim yağda, bir elim balda, ha babam kilo alıyorum”¹⁵ ve “Bir dirhem et bin ayıp örter derler. Belki gençlikte.”¹⁶

Servet’in kendi kendini okuyucuya tanıtması durumu, modern hikayelerde ve romanlarda yaygın görülen bir yöntemdir. Bu yöntem de Servet kendini uzun uzun ve bir bütün halinde tanıtmaz, daha çok olaya müdahil olduğu zaman dilimindeki davranış biçimiyle, tavrıyla, duygu ve düşünceleriyle ve geçmişini hatırlamalarıyla öykü geneline yayar. Sonuçta okuyucu tarafından dağınık yapboz parçaları birleştirilerek Servet’in kişiliği hakkında bir tablo üretilir. Yazar doğrudan Servet’i okuyucuya tek parça halinde tanıtmış olsaydı, teknik olarak kısa öykünün yapısal özelliğine aykırı bir işlem uygulamış olurdu. Tek parça halinde kahramanın sunulması olayların yavaşlatmasına neden olup, dolayısıyla öykünün zaman akışını engelleyecekti. “Güzel olmadığımı, bunun için de ele güne karşı çıkacak inceliklerden yoksun olduğumu Gülendâd Kalfa yüzüme söylediğinde on beşimdeydim sanırım”¹⁷, “Benim dirseklerimin yukarısına doğru pul pul, donuk sarı, serttir kollarım”¹⁸, “Hele benim ayaklarım iyice

¹⁰ Çetin, Nurullah, Roman Çözümleme Yöntemi, Akçağ Yayınları, Baskı:15, Ankara, 2017, s.112.

¹¹ Aynı eser, s. 146.

¹² Çetin, Nurullah, a.g.e., s.150.

¹³ Füzûzan, a.g.e., s.142.

¹⁴ Aynı eser, s. 123.

¹⁵ Aynı eser, s. 123.

¹⁶ Aynı eser, s. 123.

¹⁷ Aynı eser, s. 127.

¹⁸ Aynı eser, s. 129.

büyüktür”¹⁹ ve “Bugün akşam pazardan dönerken bir taze yanıma gelip avucuma para koydu. Pek şaştım. Demek ki, artık dilenci filan gibi duruyorum. Fatın Bey de söyler ya, ‘Seni kim görse, işte bu bir sığıntı, der,’ diye. Haklı çıktı sonunda”²⁰

Servet’in kendini tanıtmaya ilave olarak konak aşçısı Şehime tarafından da köylü olduğuna dair bilgi okuyucuya aktarılır. Kişilerin bir başkası tarafından tanıtılması yönteminde kahramanın huyu, davranışı gibi iç özelliklerinin yanında görüntü ve bedensel gibi dış özelliği de sunulur. “*Bu iri iri dirsekler, bu fırlak diz kapakları, bu kol gibi kalın telli saçlar, bu her şeye ‘evet’ ancak köylülerde olur.*”²¹

Servet Salıpazarı’nda olduğu zaman diliminde, altmışlı yaşlarında evli ve çocuklu bir kadındır. Pazardan dönerken yokuş tepesinde geriye dönük olayları hatırlar ve yokuş bittiğinde bu hatırlamalar, çağrışımlar biter. Bu öyküde somut zaman, var olan gerçek zamandır. Yani herkesin paylaştığı ortak zaman dilimi yokuş tepesi ile bitiş arasında geçen nesnel zaman, geriye dönüşlerle olaylar genişlemeli bir boyut kazanmıştır.

Servet öyküyü anlattığı esnada birçok kez yaşını vurgular “*Birinci Cihan Harbi’nde ya yedi ya da on yaşıdaymışım. Şimdi ya altmış ya da altmış üçümdeyim*”²² dolayısıyla Servet’in yaşamsal öyküsünü aktardığı sırada 1967 yılları ve sonrası zaman dilimini kapsadığı anlaşılmaktadır ki zaten öykü bitişinde yazarın not ettiği Aralık 1967 tarihi de görüşümüzü teyit etmektedir. Yazar, leitmotiv tekniği ile öykünün birçok yerinde “*Ya yedi ya da on yaşıdaymışım veya altmış ya da altmış üçümdeyim*” gibi ifade kalıplarını kullandığı görülmektedir.

Öykü de fakir ve zengin kesimlerin parasal durumlarına dikkat çekmek için bazı simgeler kullanılmıştır. Örneğin, varlığı simgeleyen et ve kahve gibi maddelerin yalnızca zengin bireylerin erişebileceğini vurgulamaktadır. “*Yıllardır et yüzü gördüğümüz yok. Kuvveti ekmeğe, bibere, soğana verdik. Kaptanpaşa fırınından akşam ekmeğini dumanı tüterken aldın mı, yemeğin tadı kurtuluyor*”.²³ Yine başka bir olayda konak aşçısı Şehime ağzından bu durum ifade edilmektedir. “*Ben sade kahve içmem. Sade kahve zenginlere vergidir..*”²⁴ Yazar, sınıfsal farkın daha belirgin olması için bu simgeleri bir karşılaştırma aracı olarak kullanmaktadır.

¹⁹ Aynı eser, s.136.

²⁰ Aynı eser, s. 164.

²¹ Aynı eser, s. 129.

²² Aynı eser, s. 124.

²³ Aynı eser, s. 123.

²⁴ Aynı eser, s. 130.

Yoksulluğun korkunç boyutlarda yaşandığı Birinci Dünya Savaşında köylüler çocuklarını para karşılığı şehirli, zengin ailelere satarlar. Bu durum, konak aşçısı Şehime ile Servet arasında geçen bir konuşmada görülür “Unuttunuz mu? siz bana ‘köylüsün sen Servet,’ dememiş miydiniz?.. Nesin ya be kızım? Onlar o cahiller, sayısız çocuk doğurup açlıktan, açıklıktan getirip İstanbul’a çocuklarını satarlar. Ben bunca yılın görmüş, ömür yaşamış, İstanbul’un büyük kapılarında aşçılık etmiş insanıyım. Bu hep böyle olmuştur.”²⁵ Servet de vakti zamanında para karşılığında İstanbul’da zengin bir aileye verilen köylü çocuklardan biriydi. Ailesinin bulunduğu evin ve içindeki çocukların durumu, annesinin çaresizce çığlıkları ve endişeli halleri Şehime’nin sözünü teyit eder nitelikteydi. “Kadının çevresinde irili ufaklı çıplak ayaklı çocuk var, bez entariler giymiş...Benim gibi olan çocuk gidiyor yanına, kucaklaşıyorlar. Yere oturtup çocuğu, yani beni, bir bağa tarakla saçlarını taramaya başlıyor. Türkü söyler gibi, ‘Ben kızımı vermem. Aç çıplak olsa da. El kapısında onacağına burada ölsün. Nereden çıktı İstanbul’a çocuk taşımak? Parası da batsın bunun,’ diyor. Kucaklaşıyoruz sıkı sıkı. O zaman yüzü beliriyor, ışıkla çizilmiş gibi. Akları duru, güzel kara gözlü biri..”²⁶ Ayrıca; Servet’in annesinin çocuklarına vereceği sütünün olmayışı yoksulluğun başka bir örneğiydi. “Sütüm yok, ama oyalanır. Daha açlığını oyalamayla avutacak yaşta bu”²⁷

Yazar, köylülerin yaşam şartlarına karşılık olarak İstanbul’da konakta yaşayan Dizdar Hanım’ın yaşam şartlarına değinerek iletinin etkisini artırmak için karşılaştırma motifinden yararlanmaktadır. “Ne bakım, ne özendi onun kendisine gösterdiği? Kolonya sularıyla ayaklarını ovdururdu. Tabanları sertleşmesin diye ipek kadife terlikler giyerdi. Saçlarını Alman papatyasıyla sararttığını söylerdi kızlar”²⁸

Dizdar Hanım nihilist tiptir. Toplumun ahlak ve sosyal değerlerine aldırış etmeden hayatını yaşar. Para ve mevkiye düşkün. Evliliğine karşı sorumsuz ve bencildir. Evli olmasına rağmen miralay baştan çıkarır ve ondan çocuğu olur. Ancak daha sonra ondan daha üstün bir mevkiye sahip Cumhuriyet Paşası biriyle evlenir. İşçilerine karşı alaycı, baskıcı, zararlı, korkutucu özelliklere sahiptir.

Sanayi devrimin yaşandığı 18. yy. toplumun en savunmasız kesimi çocuk ve kadın işçilerin çalıştırılması, erkek işçilere göre daha çok tercih edilirdi. Çünkü çocuklar ve kadınlar düşük ücretlere razı olurlar, bazen de ücretlerini alamazlar ve haklarını talep etmekten imtina ederler dolayısıyla hal böyleyken kolayca yönetilirler. Bu durum üreticilerin lehine çevrilmiş ve hızlı bir zenginleşme aracı

²⁵ Aynı eser, s. 143.

²⁶ Aynı eser, s. 124-125.

²⁷ Aynı eser, s. 125.

²⁸ Aynı eser, s. 125.

olarak görülmüştür. Bu nedenle o dönemler de erkek işçilere kıyasla daha çok çocuk ve kadın işçiler tercih edilirdi. Yazar, öyküde çocuk işçiliğine ve özellikle cinsiyet bakımından çalıştırılan kız çocuklarının ileride karşılaşacağı sorunlara dikkat çekmektedir.

Servet, yedi veya on yaşlarında konağa getirilir. Karın tokluğu ve barınma karşılığı olarak Dizdar Hanımefendi ve Rusuhi Bey'e hizmet etmeye başlar. Gülendam Kalfa, Servet'e konak düzenini ve efendilerine karşı boynu bükük olmayı öğretir *"Konağın getirine götürüne seni koştururuz. Burada yer içer, efendilerine saygılı, boynu bükük olmayı öğrenirsin. Birde edep erkan, di mi yavrum, di mi efem?, 'Beyefendiyle hanımefendi bizim velinimetlerimizdir.'"* ²⁹ Konakta çalışan diğer hizmetçi Şemsitap, tıpkı Servet gibi küçük yaşlarda konakta çalışmaya başlamıştı.

Konakta nerdeyse tüm ağır işleri Servet'e yaptırırlardı. Yazar bu durumu *"dedim ya"* ifadesiyle önce okuyucunun tüm dikkatini toplar sonra *"Bana güveniyorlardı"* cümlesinin Servet aracılığıyla tekrarlayarak zıt olan bu duruma alaylı biçimde yaklaşmaktadır. *"Sabah ezanından yatsıya koştururdum.."* ³⁰

Servet büyüme çağında her genç kız gibi kısa süreliğine olsa da umut dolu güzel hayallere kapılmıştı. Ancak Rusuhi Bey'in tacizine uğradıktan sonra bütün gençlik hayalleri yıkılır. *"Ben odamı çok sevmiştim o zamanlar. Artık kibar şeylere yaklaşmanın getirdiği heveslerle doluyordum. Elimi yorganımın ipeğine sürüyör, değişmeler, güzelleşmeler bekliyordum. İçimi önleyemediğim istekler sarıyordu gittikçe. Niye, ama Rusuhi Bey gibi bir beyefendi, benim sodalı, çivitli sularda genişlemiş sertleşmiş ellerimi okşasındı. Hala düşünürüm de bulamam"* ³¹ ve *"Gençliğim harcandı, bitti. Bana güzel olmak gerek, demişlerdi. Çirkinin gençliği tuzsuz yemektir. Anca aç olanlar el atar. Rusuhi Bey aç mıydı?"* ³² Aslında ahlaki açılığı olduğuna odağı toplamaktadır.

Rusuhi Bey, tıpkı Dizdar Hanım gibi nihilist tiptir. Toplumun ahlaki değerlerine aykırı hareket eder. Evli olmasına rağmen konaktaki işçileri baştan çıkarmaya çalışır ve onları sadece cinsel isteklerinin tatmini için birer araç olarak görür. Genellikle olumsuz özelliklere sahip biridir.

Yazar, işçi kız çocuklarının işverenler tarafından işgal edildikten sonra ileri de onları nasıl bir hayat beklediğine dair ipucu verir. Örneğin; Dizdar Hanımefendi, gelecekteki tehlikeye karşı Servet'i uyarır. *"Senin şımaracak bir yanın yok. Bunu unutma ve unutma ki Şemsitap, buradaki günlere alışıp da arabacı karısı olmakla yetinmez. Elbet kötü yollara düşüp namusunu helak edecektir.."* ³³

²⁹ Aynı eser, s. 124.

³⁰ Aynı eser, s. 131.

³¹ Aynı eser, s. 136.

³² Aynı eser, s. 161.

³³ Aynı eser, s. 134.

Tacize uğrayan Servet, bu durum onun için ileride utanç kaynağı olmuştur. Evlendirildikten sonra aşağılanmasına, hakarete uğramasına ve ahlaksız bir kadın olarak nitelenmesine neden olmuştur. “*Sen kız değilsin rezil. Seni bana yutturdular*”³⁴ Bu durum, Servet’in iç dünyasını derinden etkiler. Ruhsal gerginliğe, vicdan azabı çekmesine ve günden güne hastalanmasına sebep olmuştur. “*Rusuhi Bey’in koynuma girdiği, beni kadın yaptığı geceye gelince hiç düşünmek istemem, hep düşünürüm..*”³⁵, “*Hiç düşünmek istemem o Rusuhi Bey gecesini. Ne zaman düşünsem ihtiyarlığım, sakarlığım, kat kat ağırlaşmış oluyor..*”³⁶, “*O geceden sonra, eski koyu, düşsüz uykularım gitti..*”³⁷, “*İşte bu yokuşu çıkarken dura dinlene, kendimi avutarak, hiç unutmaya gelmeyen unuttuğum o geceden sonrakiler kaç yılda oldu bitti toparlayamıyorum*”³⁸ ve “*Hep dua ederdim, ‘Allah’ım bu gece gelmese. Bir solukta uyuyuversem. O iş olmasa,’ diye. Sonraları düşünüp utanarak dualardan vazgeçmiştim. O iş için dua etmek günahı yapmanın ötesindeydi.*”³⁹ Yazar, “*hiç düşünmek istemem, hep düşünürüm*” gibi karşıt ifadeler kullanarak ruhsal gerginliğinin şiddetine işaret etmektedir.

İşçileri yoğun çalıştırmak, haklarını ellerinden almak, kötü muameleye ve aşağılamaya maruz bırakmak, hor kullanmak gibi despot bir düzen öyküde sıkça görülür. Konak aşçısı Şehime Hanım bu durumu şöyle ifade eder: “*Ayol buranın nesi konak. Hay o bohçacı Rukiye karısına uyup da yerimden çıkmayaydım, üç aylık alacağım hala ödenmedi.*”⁴⁰, bir başka örnekte de “*Kadınların kolları çıplaktı. Ne kadar da birbirine benziyordu bu kollar. Pembe, ince tenli, tombul. Benim dirseklerimin yukarısına doğru pul pul, donuk sarı, serttir kollarım..*”⁴¹ Bu durum aslında Servet’in ne kadar ağır, yoğun işler yaptığı ve horca çalıştırılmasının bir göstergesiydi. Aynı zamanda yazar zıtlık motifinden yararlanarak iki kesim arasında bir karşılaştırma yaptığı görülür.

Düşünmesine fırsat tanınmayan, iradesi elinden alınan Servet, tıpkı bir makine gibi yönetilir ve her komuta düşünmeden evet der “*Dinlerim her söyleneni. Huyum bu. Sormayı hiç bilmedim. o gece de sormamıştım*”⁴² ve “*Hayır mı deseydim? Hayır demenin gerekliliğini bilmezdim ki! Hayır desemde kimse beni dinlemezdi ki. Ben herkesi dinlemeyi biliyordum, yedi ya da on yaşından beri.*”

³⁴ Aynı eser, s. 159.

³⁵ Aynı eser, s. 136.

³⁶ Aynı eser, s. 136.

³⁷ Aynı eser, s. 137.

³⁸ Aynı eser, s. 138.

³⁹ Aynı eser, s. 142.

⁴⁰ Aynı eser, s. 128.

⁴¹ Aynı eser, s. 129.

⁴² Aynı eser, s. 137.

⁴³ Bir başka örnekte “*Ertesi gün odasında, ayaklarını kokularla ovarken hanımefendi, “Öp kız ayaklarımı,” deyince, sevgiyle saygıyla öpmüştüm.*” ⁴⁴ Ancak, Servet; yıllar sonra yaşananların farkına varsa bile yine daha önce öğrendiğine, bildiğine inanır ve olanları kabullenir. “*Dizdar hanımefendi beni hor mu kullandı? Yok canım. O hanımdı, ben hizmetçiydim. Hepsi bu.*” ⁴⁵

Konak çıkarı için işçilerin dışarı çıkmaları, bilinçlendirilmeleri gibi durumlara izin verilmezdi. “*Biz evin hizmetçileri, hiç sokağa çıkmazdık...Şimdi gördüm de ne oldu sanki!..*” ⁴⁶ Yazarın hiçbir soruyu cevapsız bırakmadığını görmekteyiz. Bu durum okuyucunun uzaklara sapmadan daha kolay anlamasını sağlamaktadır.

Dizdar hanımın çabaları işçilerinin bilinçlendirilmemesi yönündeydi ve adalet, müsavat hakkı talep edenleri Beyaz Ruslara benzeterek çağrışımsal göndermeler yapmıştır. “*Ah siz askerler yok musunuz? bu adalet, müsavat laflarınızla açıcılarımızı bile bize karşı nezaketsiz ettiniz. Bakınız kendi evimde sözüm geçmiyor. Beyaz Ruslara dönmemize şüphesiz ramak kaldı.*” ⁴⁷

Öykünün farklı konumlarında yine işçilerin bilinçlendirilmesine yönelik Dizdar hanımın korkuları vurgulanmaktadır. “*Nereden çıkardın bu nüfus tezkeresini Fatin Bey?*” dedimdi. Hanımefendi vermiş benim kağıdımı ona. Peki bana neden göstermemiştii? O kadar sormuştum hepsine. Beni Erzincan’a mı giderim sandılardı? Beni ha? Kadın olduğumu, kızlığımı kaybettiğimi anlamayan beni. Onu da Fatin Bey’in demesinden anlamıştım.” ⁴⁸

Yazar; olayları canlı tutmak için bazı yöntemlere başvurmuştur. Gerilim yaratarak olayların nasıl sonuçlanacağı, ne gibi yenilik ve değişiklikler olacağı konularında okuyucuyu merak, heyecan ve sıkıntı içinde bırakarak sürükleyici bir biçim almasına şekilde sebep olur. ⁴⁹ Öykü de Servet kendi iç dünyasında duygu ve düşünceleri arasında bir çatışma yaşıyordu “*Evet hiç bağışlanmaz benim kabul etmem o işi...Peki, nasıl karşı koymalıydım? Bunca yıldır bunu bile bulamadım.*” ⁵⁰ İç çatışma yaşayan kişi, sürekli iç muhasebe yapar, karar veremez, bocalar ve kendi kendisiyle sürekli hesaplaşma içindedir. Korkular, endişeler, pişmanlıklar yaşar, özeleştirir yapar, kendini suçlar. ⁵¹ ve “*İçim kıyım kıyım kıyılmıştı. Ne utanç vericiydi halim. Günahlarımın kefareti ödüyorum.*”

⁵² Sonunda Servet’in düşüncesi duygularına galip gelmiştir. “*Ben*

⁴³ Aynı eser, s. 137.

⁴⁴ Aynı eser, s. 136.

⁴⁵ Aynı eser, s. 141.

⁴⁶ Aynı eser, s. 131.

⁴⁷ Aynı eser, s. 131.

⁴⁸ Aynı eser, s.159.

⁴⁹ Çetin, Nurullah, *a.g.e.*, s. 203.

⁵⁰ Füzüzan, *a.g.e.*, s. 146.

⁵¹ Çetin, Nurullah, *a.g.e.*, s. 203.

⁵² Füzüzan, *a.g.e.*, s. 159.

yorgunluklarımı kimseye göstermedim. Günahsızım. Erkeği hiç bilmedim. Rabbim bilir, bu böyle. Yatağa girdim onlarla. Nasıl karşı çıksaydım... Allah işlediğini iyi işler...”⁵³

Yazar bir yandan sınıfsal farkı sık sık vurgularken, öte yandan toplumun sosyal yapısına dikkat çekmektedir. Toplumun temelini oluşturan aile yapısı, Dizdar Hanım ile Rusuhi Bey ve Servet ile Fatin Bey’in evlilik düzenleri üzerinden verilmektedir. Toplum bireyleri arasındaki ekonomik, kültürel ve sosyal farklılıklara rağmen evliliklerinin bir çıkara dayalı, sevgi ve saygıdan yoksun bir düzen içerisinde olduğu görülür. Dizdar Hanım’ın askerlerle olan münasebeti ve kocası Rusuhi Bey’in konaktaki işçilerle olan samimiyeti, ayrıca; Servet ile Fatin Bey’in yıpranmış ilişkileri toplumun ortak sorununa işaret etmektedir. “*Hanım efendinin yatak odasının kapısını çalacaktım. Vurduğumda çıtırtılar gelmişti içeriden, sonra da yumuşak ayak sesleri. Kapıyı hanımefendi açmıştı. Kocaman bir aynanın önündeki camla örtülü kumaş çiçeklerle bezeli saati görmüştüm ilk. Saat sessizce ‘tık tık’lıyordu. Saçlarından pembe ipek kurdelesini kaymıştı hanımın, ılık ve parfüm kokusuyla doluydu oda. Mor atlas perdelerin kapadığı karşı duvara bitişik parlak kumaşlarla örtülü dantellerle süslenmiş bir karyola vardı.*”⁵⁴ Bu olayda Servet’in gözünden en ince detayı ile yapılan kapalı mekân tasviri; yazarın estetiğe önem verdiği, oradaki ortam atmosferi, Dizdar hanımın ruhsal durumu ve miralay ile olan münasebetini çözümlemeye yarayan işlevsel niteliktedir. Yine başka bir olayda Şehime; konak hanımının davranışlarını alaylı biçimde eleştirir. “*Karının şimdi etekleri tutuşmuş. Zabitten dost arıyor. Anladı, gün zabitin günü. Bahriye miralayından aşağısına da kurtarmaz, haspam. para olacak, para. Bu dünyada para her şeyin başı.*”⁵⁵

Fatin Bey’in Servet ile olan evliliği bir çıkardan ibaretti. Fatin Bey yaşlanmıştı artık bakıma ihtiyacı vardı. Buna rağmen; Servet’i küçümsemekten, hor görmekten ve hakaret etmekten geri kalmamıştır. “*Ben bakım isterim. Ben okumuş adamım. Senin gibi elifi görse mertek sanacak birini karılığına almam bu yoldan olmuştur.*”⁵⁶

Savaş sonrası başlayan çağdaşlık dönemi sosyal yapının değişmesine yol açmıştı. Toplumda rahatlık yerine kıtlık ve köylülerde kıran illetleri başlamıştı. Yönetimde yolsuzluk ve haksız kazançlar elde edenler türemişti, Şehime bu durumu alaylı üslupla şöyle anlatır: “*Ölmenin iyisini seçmek de insana yakışır bir*

⁵³ Aynı eser, s. 165.

⁵⁴ Aynı eser, s. 130.

⁵⁵ Aynı eser, s. 128.

⁵⁶ Aynı eser, s. 162.

*ıştır,’ diyor bizim gümrük kolcusu. Pek bilir böyle yakışıklı lafları. Eh, adamın hırsızı parlak söz edecek ki inandırıcı olsun.”*⁵⁷

Şehime Hanım, memlekette olan bitenin ve ileride kötü günlerin geleceğinin habercisiydi. Konaktaki bu duruma karşı bütün çalışanları uyarmıştı. *“İnsanlar mısır koçanını öğütüp yiyor. Yetmezmiş gibi bit hastalığı kıranı oldu. Dünyadan haberiniz yok, avallarım.”*⁵⁸

Konakta herkes kendini kurtarma derdine düşer ve kimse kimseye yardım etmez. Bu durum aslında toplumdaki insani ilişkilerin durumunu açıkça ortaya koymaktadır: *“Bu her şeye ‘evet’ ancak köylülerde olur. O deli Çerkez de evet der, ama o çıkıntını tutma evetidir. Sarı Osmanlı altınlarını bir yerlere gömmüştür o. Bu evin kaymağını almıştır. Onun dünyalığı tamam. Şemsitap zati durucu değil. Fingirdemesi kaşar orospo fingirdemesi. Beni hiç hesaba alma. Ben ne eder eder paracıklarımı kurtarırım. Asıl şaştığım sensin. Sen sürüneceksin, a benim iki gözüm. Sen iyice dişsiz, turnaksızsın,”* demişti.”⁵⁹ Bu tarz sosyal ilişkiler üzerine onca zaman geçmesine rağmen yeni nesilde de giderek daha da zayıfladığı görülmektedir. Servet’in oğlu bu duruma isyan ederek şöyle ifade eder: *“Kimsenin kimseyi gördüğü yok.”*⁶⁰

Şehime Hanım, beklenen tehlikeye karşı Servet’i ayrıca bilinçlendirmeye çalışmıştı. Her şeye evet diyen Servet olacaklara inanmaz, kabullenmez ve bir önlem almayı da bilmez. *“Desene boş konak satılana kadar seni buraya bedava bekçi dikecekler. Bana kalsa, çık, üç beş hakkını al. Sonra bekçiliğini yap. Buraya sırf boğaz tokluğuna mı kapıldın? Hadi diyelim ki öyle. Burası kapanıyor. Boğaz tokluğun da güvenlikte değil. Hem de evladım, sırf yemeyi içmeyi hayvanlar düşünür. Senin de bu dünyada görececek günün, sürececek sefan olmalı, karınca kararınca. ‘Bir şey diyemem bunca yıllık hanımına. Burada beni bırakmazlar. Konak satılınca alırlar Nişantaşı’na,’* demiştim”⁶¹ ve yine Servet’in gelecek tehlikeyi kabullenmemesine karşı Şehime ile olan başka bir diyaloga şahit olmaktayız. *“Niye böyle diyorsunuz Şehime Hanım? Bunca yıldan sonra, benim gibi köksüz yetim birini açta açıkta bırakmazlar. Tabii tabii bulurlar sana da erkek artığı bir adam, evlendirirler.”*⁶²

Yazar, kişinin köylü veya kentli oluşu onun düşüncesini, davranışını ve duygusunu yönlendirici nitelikte olduğuna dikkat çekmektedir. Örneğin; öyküde yardımcı karakter olarak karşımıza çıkan ve ismiyle müsemma Şehime, kurnaz ve akıllı bir kadındı. İyi bir tip, umut ve güven telkin eden bir kişiliktir.

⁵⁷ Aynı eser, s. 143.

⁵⁸ Aynı eser, s. 129.

⁵⁹ Aynı eser, s. 129.

⁶⁰ Aynı eser, s. 139.

⁶¹ Aynı eser, s. 150.

⁶² Aynı eser, s. 143.

Belirleyici yönlendirici konumda olan ve olayların üstüne çıkabilen, öncü, güçlü, iyimser kişidir.⁶³ Bu nedenle Servet, Rusuhi Bey’le olanları yalnızca Şehime Hanım’la paylaşmayı düşünmüştü. “*Peki, bu günahı nasıl kurtulacaktım? Şehime Hanım’dan başkasına danışamazdım.*”⁶⁴

Servet çocuk iken konağa geldiği ilk gün duyduğu korku ve yalnızlığı konak boşaldıktan sonra aynısını hissetmişti. Korku ve yalnızlık ile baş başa kalan Servet, hastalanmasına neden olmuştu. Ailesi gibi gördüğü, çok emek verdiği konaktakilere karşı hayal kırıklığı yaşamıştı ve en son çocukluğunda kendisine sımsıkı sarılan annesini özlemeye başlamıştı. “*Onların gittikleri gece yatağa girip yattığımda türlü hayallerle sabahlamıştım. Sanırım o geceydi ilk elleri pırlantalı, elmaslı, çok çocuklu anne resmini bulup çıkarmam... O yapayalnız konakta illetli olmuşum üç yıl içinde.*”⁶⁵

Servet’in bunca yıl konaktaki emeğine karşılık kendi iradesi dışında, konağın hukuk işlerini yürüten ellili yaşlarda Fatin Bey’le evlendirilir. “*Fatin Bey’e, konak satılınca hemen verdiler beni. Ben de, peki dedim. Ya ne demeliydim?*”⁶⁶

Yarı ömrü konakta varlıklı aile yanında geçen ve ömrünün diğer yarısı Fatin Bey’le evlendikten sonra kendi evinde geçiren Servet; yine yalnız, kaygılı ve yoksuldur. Konakta karın tokluğu için çalışan Servet, evlendikten sonra artık karın tokluğunu da bulamamıştı. Kötü halden daha kötü bir hale gelmişti. Hayalleri yıkılmıştı, yılların biriken bedensel ve ruhsal yorgunluğu günden güne sağlığını etkilemişti. Hastalıklı, halsiz ve umutsuz bir kadın olmuştu. “*Eskisi gibi değildim. Beklenmedik şeylere, en küçükleri bile bende çarpıntılar yapıyordu. Sana ki arkamdan bir hasım geliyor gibiydi. Dönüp baksam göreceğimi sanıyordum. Her şeyi kötüye yorar olmuşum.*”⁶⁷

Asrılık (Çağdaşlık) olarak adlandırılan dönemde yaşanan savaşlar, kıtlıklar ve kıranlar yoksulluğu daha da artırmış, zamanla göç ve bu durumdan mütevellid aile düzenlerinin bozulmasına neden olmuştu. Çoğunluğun eşi, oğlu gibi yakınları ailelerini geçindirmek için Almanya’ya gitmek zorunda kalmıştı. Bu durum çocukların babasız kalmasına, kadınların eşsiz ve oğulsuz yapayalnız kalmalarına ve hayatla tek başlarına mücadele etmelerine neden olmuştu. “*Kapalı çarşıya çıkarken benle geldi oğlum. Ta çarşıya, değil tabii. Bir kâğıt alıyormuş Almanya’ya gidenler. Onun verildiği binanın önünde biz de durduk. ‘Göreyim sana kâğıt verilen yeri,’ demiştim. Ana-baba günü. Tazeler, erkekler, başına atk atmış köylü kadınlar dolmuşlardı.*”⁶⁸

⁶³ Çetin, Nurullah, *a.g.e.*, s. 146.

⁶⁴ Füzûzan, *a.g.e.*, s. 142.

⁶⁵ *Aynı eser*, s. 153-156.

⁶⁶ *Aynı eser*, s. 156.

⁶⁷ *Aynı eser*, s. 144.

⁶⁸ *Aynı eser*, s. 140.

Dizdar Hanım Nişantaşı'nda aldığı apartmana taşınır. Servet ise; daha kötü şartlarda bir evde yaşamaya başlar. Aradaki ekonomik uçurum açıkça görülür. Toplumda ahlaki değerlerin giderek yok olduğu, paraya ve mevkiye olan düşkünlüğün arttığı, zenginlerin daha da zengin olma çabasıyken fakirlerin daha da yoksullaştıkları görülür. Dizdar Hanım'ın bir Cumhuriyet paşası ile evlenmesi ve Servet'in yaşadığı ev arasındaki uçuruma örnek olarak verilebilir. *"Kapıyı biri sıkı itse açılacak hale gelmiş. Bu ev bir gün başımıza yıkılacak. Tahtaları tozlaşıp eriyor, kiremitleri yumuşayıp çamurlaşıyor. Sokağımızda zaten yeni, sağlam şey yoktur. Neyse buna da şükür."*⁶⁹, *"Dizdar Hanım sonradan bir Cumhuriyet paşasıyla evlenmiş."*⁷⁰

Yazar, doğanın ve çevrenin bozulmasına okuyucunun dikkatini çeker. Eski dönemlerden kalma konakların ve bahçelerin yerini binalar alır. Bu durum kültürel yapıyı da etkilemektedir. *"O güzelim konaklarının yerini şimdi apartmanlar almış."*⁷¹

Ailesi onu bir gün bulacağı umuduyla yaşayan Servet, konak satılınca temelli umudunu yitirmişti. Umudunu oğluna bağlayan Servet son zamanlarında oğlundan mektup bile alamaz. Sevdığı özlediği ailesi, konak sakinlerini ve oğlu tarafından unutulduğunu hisseder.

Savaşın beraberinde toplumun ahlaki değerleri zamanla değişmiştir. Sevgi ve saygı gibi toplumsal etik değerlerin giderek tükenerek yerini yeni düzene bırakmıştı. Örneğin; Servet'in oğlunun gönderdiği standart kalıptaki mektupları bile artık göndermez olmuştu. Önce ailesine iyi bir yaşam sağlama kaygısı ile Almanya'ya gitmişti. Daha sonraları ailesini ve özellikle annesine verdiği sözleri unutup kendi yaşamı ve eğlenmesi derdine düşmüştü. *"Hiç insan anasını unutmuyor mu? Ben bilmediğim görmediğim anamı unutmuyayım da yılların yılı."*⁷²

Yazar, Servet'in yaşamını yitirdiği sırada, onun altmış yıl geçen meşakkatli hayatını özetleyecek bir şiirden yararlanır. *"Hep keder mi? Hep keder mi? Vah yazık... Vah yazık... Lodos dindi... Mutfağın kapısı çarpmıyor... Ne yazık!"*⁷³

Öykünün son bölümü kurgunun en önemli unsuru ve en etkileyici kısımdır. Servet beklentilerine çözüm ve karşılık bulamaması sonucu çaresizliğe teslim olmuştu. Öyküde sık sık tasvir edilen yoksulluk boyutu, savaşın kötü izleri, aile yapılarının bozukluğu, insani ilişkilerin çıkara dayalı olduğu ve ahlaki değerlerin bozulduğu distopik bir toplumda, Servet'in sonunun trajik bir biçimde sonlanması tahmin edilir bir olaydı. *"Dayanmayıp uyuyacağım. Doğrulup*

⁶⁹ Aynı eser, s. 160.

⁷⁰ Aynı eser, s. 134.

⁷¹ Aynı eser, s. 134.

⁷² Aynı eser, s. 165.

⁷³ Aynı eser, s. 166.

*duvardan şu Mushaf'ı alabilsem. Ürperiyorum. Can suyum çekiliyor, tükeniyorum.”*⁷⁴

Servet ayrıldığı annesin evinden nerdeyse aynı şartlarda Fatim Bey'le bir eve yerleşmişti. Hayatına yoksul olarak başlayan Servet, yine yoksul olarak son bulmuştu. Oğlu dışında kimsesi olmayan Servet, yine oğlundan uzakta yalnız olarak ebediyete yol alır. Çocukluğunda elinden alınan iradesi ileri yaşamında yine elinden alınmıştı. Gelişmesine, eğitime ve bilinçlenmesine izin verilmemişti. Servet'in yaşamında karşılaştığı onca zorluklara rağmen son isteği okuma yazma olmuştu. Çünkü eğitimsizliği onu hep başkalarına muhtaç bırakmıştı. *“Bir şey iste deselerdi, hani var ya o masallardaki gibi, periler cinler çıkıp dilek sorduklarında okumayı yazmayı sökeyim isterdim. Oğluma iki satırcık yollamak için.”*⁷⁵

Yazar, öykü de distopik bir toplumu tasvir etmiştir. Bu tasvirin temelini; anlatıcı tipi, içerik mahiyeti, kişiler kadrosu, kurgulama zamanı ve mekânı, kurgulama teknikleri, dil ve üslup unsurları oluşturmuştur. Yazar, Servet'in yaşamsal öyküsü üzerinden birden fazla toplumsal sorunları ele alınmıştır. Olayların yarısı İstanbul'un fakir bir semtinde diğer yarısı ise zengin bir semtinde geçmektedir. Ancak Servet'in yaşadığı zaman dilimindeki toplumda; kaybolan ahlaki değerler yüzünden Servet'i sevgi, saygı ve hayallerinden yoksun bırakmıştır.

Kişiler kadrosunun sayısı olayı anlatmak için yeterlidir. Her karakter model olarak temsil ettiği işlevi yerine getirmektedir. Yazar kişiler hakkında kendi yargılarına yer vermemiş nesnel, tarafsız bir düzlemde sunmuştur.

Yazar, Birinci Dünya Savaşı sonrası çağdaşlık devrinde; toplumun sosyal ve ekonomik yapılarının nasıl değiştiğini sergilemiştir. Köylülerin kötü yaşam şartlarından bahsedilmiş, zengin kesimin konaklarda rahat bir yaşam sürdürdüğüne değinmiştir. Ancak çağdaş dönemde hayat şartlarının iyi olması, rahatlığa kavuşulması, bolluk ve bereket beklenirken; kıtlık ve hastalık başlamış, köylülere kıran girmiş, toplumun kendi içinde bir iç savaş başlamıştı. Konakların yerini koca bina yığınları almış, bahçeler ihmal edilmiş ve yeşil alanlar azalmıştır. Açlık ve yokluk nedeniyle başka ülkelere göç artmış ve aile yapıları dağılmıştır. Çalışmak için kiminin oğlu, kiminin de kocası başka memleketlere göç etmişti. Ekonomik şartlar daha da kötüleşmişti. Toplum bireylerinin birbiriyle ilişkileri zayıflamıştı. Bir unsurda olan değişimler diğer unsurları da etkilemiştir. Toplum farkına varmadan değişim yaşamıştı.

⁷⁴ Aynı eser, s. 165.

⁷⁵ Aynı eser, s. 165.

Olay örgüsü genellikle İstanbul’da kapalı bir mekân olarak konakta geçmektedir. Mekanlar; olayların sunulmasında, gelişmesinde, yönlendirici ve belirleyici bir işleve sahiptir. Aynı zamanda kişilerin ruhsal durumuyla bağlantılıdır. Örneğin; konaktaki yaşananların etkisiyle aşçı olarak çalışan Şehime, artık istediği gibi yemek pişirip, Beyefendi ve Hanımefendi hakkında konuşuyordu. Servet ise; mekânın etkisiyle korku içinde yaşamış ve ruhsal bunalıma girmişti. Yazar, bir bakımda dar bir alanda işlevsel niteliği olan mekanları uzun uzun en ince ayrıntılarıyla tasvir etmiştir. Yine örneklerden yola çıkarsak kapalı bir mekân olarak tanımlanan konağın bahçesi veya yatak odalarının Servet üzerinde yarattığı etkiyi, korkuyu, yaşadığı gördüğü gözlemlediği olayların ve varlıkların en ince detayı tasvir edilmiştir. Örneğin; Servet boş konakta tek kalırken ilk kez bahçeye çıktığında ürkmüştü. Evlendikten sonra yine konaktaki bahçenin etkisi devam ettiği için evindeki ağaç ve bitkilerden yine korkmaya devam etmişti. *“Bahçeyi ilk gördüğümde ürkmüştüm. Otlar, ağaçlar, yabangülleri birbirine dolanmıştı...”*⁷⁶ ve *“Bahçedeki kara sarmaşık yok mu, sanki insanı yutup içine çekecek... Ürküyorum. Ağaçları filan sevmem ben. Yeşillik dediğin saksıda uysal durmalı.”*⁷⁷

Yazar, Türkçeyi en işlek biçimde kullanmaya çalışmıştır. Günlük konuşmalarda kullanılan amiyane tabirlere de yer vermiştir *“Ayol, Nah”*. Öykü kişilerinin eğitimi, kültürü, bulunduğu çevresi, ekonomik ve demografik durumu bakımından kişiliklerine uygun sözcükler kullanmıştır. Gerek anlatıcının iç dünyasındaki karmaşık duygu ve düşüncesini irdelleyerek, gerekse kişiler arası iletişim çerçevesinde fazlaca karşılıklı diyaloglara yer vermiştir. Bu durum özellikle anlatıcının kişiliğini ön plana çıkarmakta ve kişiler arası ilişkilere canlılık ve hareketlilik katmaktadır.

Yazar kişiler arası ilişkinin sıcaklığı, samimiyet derecesini belirtmek için ‘yavrum, kızım, evladım’ gibi samimi hitap ifadeleri kullanmıştır. Olayların etkisini kuvvetlendirmek için aynı kelimeleri veya anlamları birbirine karşıt kelimeleri tekrarlamıştır *“düşündüm hiç düşünmek istemem”* ve bazen de ikilemeler kullanmıştır ‘sallana sallana, ahır ahır, sası sası’.

Yazar uzun cümle yapılarından kaçınmıştır. Kısa, öz ve yoğun anlamlı cümleler tercih etmiştir. Noktalama, virgül ve yazım tekniklerine özen göstermiştir. Yazarın dışlanmış veya aynı mesleğe sahip kişiler veya alt grup insan olarak görülen kesimlerin arasındaki iletişimi belirtmek için kullandıkları argo, küfür gibi ifadeler yer verdiği görülmüştür. Örneğin; kenar mahallede yaşayan, sosyo-ekonomik bakımından kendisiyle benzer gruplarla muhatap olan

⁷⁶ Aynı eser, s. 154.

⁷⁷ Aynı eser, s. 160.

Üsküdarlı aşçı Şehime; Şemsitap'ın bedensel özelliğini alay konusu ederken “*değirmen taşı*” ve yine başka bir olayda ‘haspam, orospu, yüzüme tükür’ gibi çirkin ve kaba ifadeler kullanmıştır.

Yazar, öyküsünde kelime çeşidini işlevsel şekilde kullanmaktadır. Bu durum kurgulamanın oluşmasına destek olma ve atmosferin tamamlanmasında yardımcı olmuştur. Dili özgün kullanması; konuyu, duygu ve hayallerin anlatış, ifade ediş, dile getiriş tarzıdır. Yazarın bu tutumu onun üslubunu verir.⁷⁸

Yazarın üslubu özgün, hareketli, canlı ve renklidir. Yazar olaylara bazen alaylı, bazen eleştiri ve bazen de hicivle yaklaşmıştır. Dolayısıyla birden çok üslup türüne yer verdiği görülür. Yazarın en dikkat çekici özelliği karşılıklı diyaloglara bolca yer vermesidir. Vurgulamak istediği bir durumla ilgili bolca soru sorarak okuyucuyu sürekli düşünmeye sevk etme ve odağını canlı tutmaya çalışmakta böylelikle öyküde durağanlaşmayı engellemektedir.

Sonuç

Yazar, konakta uygulanan despot bir düzen; işçilerin kaderini nasıl belirlediğini ve hayatları boyunca psikolojik etkisinden nasıl kurtulamadıklarını sergilemiştir. Olayların başrolü iyi huylu, fedakâr, yardımsever, olumlu ancak; iradesi elinden alınmış, robot gibi başkalarının komutu ile hareket eden bir kadın, işçi, anne ve eş olarak farklı konumlarda yer alarak karşımıza çıkmıştır. Yazar, hikayesinde ana fikir ve yan iletiler ile çeşitli toplumsal meselelere değinmiştir. Bu problemleri şöyle özetleyebiliriz:

- Toplumsal değişimler, topluma rahatlık, mutluluk ve istikrar getireceği düşünülürken aksine kaos ve kargaşa yaratması,
- Konakların, bahçelerin yerini binaların alması dolayısıyla tabiatın tahribata uğraması ve felaketlerin toplumun ortasından bir lodos gibi geçerek ardından ince yel bırakması,
- Toplumda ve aile içinde bireyler arası ilişkilerin çıkara dayanması,
- Toplumda işveren- işçi ilişkisi ve işçilerin kendi içlerindeki birbiriyle olan ilişkisi,
- Zenginlerin sürdüğü sefa hayatı karşısında yoksulların yokluk mücadelesi ve ebeveynlerin çocuklarına karşı temel sorumluluklarının yerine getirmemesi,
- Haksız kazanç elde edilmesi ve bireyin hakkı olmadığı halde zorla birşeye sahip olması
- Yalnızlık, hasretlik, çaresizlik temaları,

⁷⁸ Çetin, Nurullah, *a.g.e.*, s.273

- Toplumun farkına varmadan ahlaki ve kültürel değerlerinin kaybolması, (boşanmalar, ihanetler, para ve mevki hırsı ve kültürel olarak alafranga mutfağın önemsenmesi) gibi alt problemlere değinilmiştir.

Yazar, hikayesinde birden fazla problemi yansıtmak için eleştirel, trajedi ve hicivleme yazım üsluplarını kullanmıştır. Tek düze anlatım yerine geriye dönüş teknikleriyle olayları nesnel zamana yayarak okuyucunun odağını canlı tutmuştur. Türkçe dilinin zenginliğinden yararlanarak karakterlerin sosyo-kültürel yaşamlarına uygun olarak gerek kelime çeşidi olsun gerek konuşma tarzları ile kişiliklerine uyumlu olarak seçilmiştir. Yazarın değindiği her olaya paralel olarak okuyucuda mutluluk, üzüntü, şaşkınlık, kızgınlık, acıma, merhamet, gerilim ve heyecan gibi farklı duygular yaratmıştır. Yazar, karakterlerine tarafsız yaklaşmıştır. Karakterlerin yargılanması veya eleştirilmesi tamamıyla okuyucuya bırakmıştır. Vurgulamak istediği bir olayda noktalama, işaretleme ve parantez gibi araçlar kullanmıştır. Çeşitli mekânsal tasvirleri yaparak ortamın atmosferini okuyucuya başarılı bir biçimde yansıtmıştır. Kısa öykünün temelini oluşturan olay, zaman, mekân ve kişi kadrosunun bir bütün olarak işlevlerini yerine getirdikleri saptanmıştır.

KAYNAKÇA

- Abdulfettah, İslam, ‘The Problem of Classifying the Narrative Product for The Turkish Writer Pınar Kur Narrative Production "Bir Deli Ağaç" / "A Crazy Tree" as A Model’, *Ain Shams University – Faculty of Education*, Cilt: 2, Sayı: 14, Mısır, 2021.
- Baş, Selma, ‘Füruzan’ın Öykülerinde Eğitim Sorunları’, *Turkish Studies*, 2009.
- Kurultay, Can, *Çağdaş Türk Edebiyatında Kadın Yazarlar*, Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı, B.1, İstanbul, 1993.
- Çetin, Nurullah, *Roman Çözümleme Yöntemi*, Akçağ Yayınları, Baskı:15, Ankara, 2017.
- Füruzan, *Parasız Yatılı*, Yapı Kredi Yayınları, Baskı:40, İstanbul.
- Kılıç, Fikret, Gürbüz, Handan, ‘Füruzan’ın Romanlarında Kültürel Yozlaşma’, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2017.