

SOSYAL, BEŞERÎ VE İDARÎ BİLİMLERDE KURAM, ARAŞTIRMA VE TARTIŞMALAR

Editör

Doç. Dr. Serap SARIBAŞ



**SOSYAL, BEŞERÎ VE
İDARÎ BİLİMLERDE
KURAM, ARAŞTIRMA VE
TARTIŞMALAR**

Editör

Doç. Dr. Serap SARIBAŞ



Sosyal, Beşerî ve İdarî Bilimlerde Kuram, Araştırma ve Tartışmalar
Editör: Doç. Dr. Serap SARIBAŞ

Genel Yayın Yönetmeni: Berkan Balpetek
Kapak ve Sayfa Tasarımı: Duvar DESIGN
Basım Tarihi: 30 Eylül 2026
Yayıncı Sertifika No: 49837
E-ISBN: 978-625-8936-88-9

© Duvar Yayınları
853 Sokak No:13 P.10 Kemeraltı-Konak/İzmir
Tel: 0 232 484 88 68

www.duvar yayinlari.com
duvarkitabevi@gmail.com

"Bu kitapta yer alan bölümlerde kullanılan kaynakların, görüşlerin, bulguların, sonuçların, tablo, şekil, resim ve her türlü içeriğin sorumluluğu yazar veya yazarlarına ait olup ulusal ve uluslararası telif haklarına konu olabilecek mali ve hukuki sorumluluk da yazarlara aittir. Yayınevi ve editörler sorumlu tutulamaz."

İÇİNDEKİLER

1. Bölüm	1
Dijital Çağda Stratejik Eğitim ve Geliştirme:	
Çevik, Sorumlu ve Veri Temelli Bir Yaklaşım	
Ahmet YILDIRIM	
2. Bölüm	23
Dijital Tüketici Sessizliği:	
Pazarlama Stratejileri Açısından Kuramsal Bir Çerçeve	
Arif KIRMIZIKAYA	
3. Bölüm	38
Küresel Reklam Stratejilerinde Uyum ve İletişim Riskleri:	
Standardizasyon-Adaptasyon	
Ateş BAYAZIT, Hatice Sıla EROĞUL	
4. Bölüm	56
İlişki Pazarlaması Stratejilerinin	
Marka Sadakatine Etkisi	
Ateş BAYAZIT, Hatice Sıla EROĞUL	
5. Bölüm	74
İnsansız Hava Araçlarının ve Hava Savunma Sistemlerinin İnsan Hakları ve	
Sivil Güvenlik Üzerindeki Etkileri	
Emrah AYHAN, Ümit KUZU	
6. Bölüm	104
Alevi-Bektaşî Âşıklık Geleneği	
İcrası Bağlamında İstanbul	
ERKAN YILMAZ	

7. Bölüm 116

Yapay Zekâ ve Ekonomik Büyüme: Kavramsal Bir Değerlendirme
Hasan Önder SARIDOĞAN

8. Bölüm 128

Mobil Hizmet Kalitesi ve Yiyecek Kalitesinin Memnuniyet ve Davranışsal
Sonuçlar Üzerindeki Etkisi
Özge AKTAŞ, İlhami TUNCER

9. Bölüm 151

Görsel Algı Bilimsel Araştırmalarının Bibliyometrik Analiz Yöntemiyle
Lisansüstü Tezleri Üzerinden İncelenmesi
Mehmet ÇOLAK, Engin ERGİN, Dilara EKSEN

10. Bölüm 168

Osmanlı Devleti'nde Müzecilik ve Kültürel Mirasın Korunması:
Avrupa Müzeciliğiyle Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme
Merve DOĞAN

11. Bölüm 185

Üretken Yapay Zekânın Finans Sektörüne Olası Etkileri
Naci YILMAZ

12. Bölüm 203

Kadın Mevsimlik Tarım İşçilerin Yaşadığı Sorunları Belirlemeye Yönelik Bir
Araştırma: Şırnak İli Örneği
Ramazan Vedat SÖNMEZ

13. Bölüm 220

Türkiye'de Afet Yönetimi Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlerin Afet Türleri
Bakımından Analizi
Salih ÇİFTÇİ, Leyla ÇİFTÇİ

14. Bölüm 232

Türkiye’de Açık Karbon Fiyatlandırması Araçlarına İlişkin Bir Değerlendirme
Seda CANPOLAT BİCAKCI, Tülin TUNÇ

15. Bölüm 249

Çevre Koruma Harcamaları ve Meşruiyet Sorunsalı:
Türkiye İBBS Düzey-3 Ölçeğinde Kanıtlar
Esra DOĞAN KENDİRCİ, Seda CANPOLAT BİCAKCI

16. Bölüm 270

Yemeğin ve Lezzetin Sosyolojisi: Hatay Mutfağında
Sınıf, Toplumsal Cinsiyet ve İktidar
Zerrin ARSLAN

17.Bölüm 313

Erişilebilir Kentler ve Mekânsal Adalet:Kentsel Planlamaya Coğrafi Bir
Yaklaşım
Zeynep YILMAZ ŞİMŞEK

1. Bölüm

Dijital Çağda Stratejik Eğitim ve Geliştirme: Çevik, Sorumlu ve Veri Temelli Bir Yaklaşım

Ahmet YILDIRIM¹

1. GİRİŞ

Dijital dönüşüm, örgütlerin kullandıkları teknolojiler kadar bilgi üretme, karar alma, çalışma ve öğrenme biçimlerini de yeniden şekillendirmektedir. Yapay zekâ, büyük veri analitiği, bulut bilişim, otomasyon ve dijital platformların yaygınlaşması, çalışanlardan beklenen bilgi ve becerilerin daha hızlı değişmesine yol açarken, örgütlerin rekabet kapasitesini mevcut kaynaklara sahip olma düzeyinden çıkarıp bu kaynakları sürekli geliştirebilme kapasitesine bağlamaktadır (Schwab, 2016; Vial, 2019). Bu ortamda öğrenme, insan kaynakları yönetiminin destekleyici bir faaliyeti olmaktan çok, örgütsel uyum ve stratejik yetkinlik geliştirme kapasitesinin temel unsurlarından biri hâline gelmektedir.

Bu değişimin en belirgin biçimde görüldüğü alanlardan biri İnsan Kaynakları Yönetimi Eğitim ve Geliştirme (E&G) fonksiyonudur. Geleneksel E&G anlayışı büyük ölçüde mevcut işlerin gerektirdiği bilgi ve becerilerin geliştirilmesine, eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesine ve programların uygulanmasına odaklanmıştır. Günümüzde ise E&G'nin kapsamı genişlemekte, öğrenmenin iş akışına yerleştirilmesi, geleceğin becerilerinin öngörülmesi, öğrenme verilerinin analiz edilmesi, yapay zekâ destekli kişiselleştirme ve sürekli yetkinlik gelişimi gibi konular fonksiyonun stratejik gündemine girmektedir (Garavan et al., 2021; Noe & Kodwani, 2018).

Bununla birlikte dijitalleşmenin E&G üzerindeki etkisini teknoloji kullanımındaki artışla açıklamak yeterli değildir. Dijital sistemler daha fazla veri üretmekte ve bu veriler eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi, öğrenme deneyimlerinin kişiselleştirilmesi ve yatırımların değerlendirilmesi için yeni imkânlar sunmaktadır. Ancak aynı süreç çalışan mahremiyeti, veri güvenliği, algoritmik önyargı, şeffaflık ve güven gibi yönetsel ve etik sorunları da beraberinde getirmektedir (Aust vd., 2020; Strohmeier, 2020). Dolayısıyla dijital E&G'nin stratejik değer üretmesi, teknolojik kapasite ile sorumlu yönetişimin birlikte ele alınmasına bağlıdır.

¹ Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, ahmet.yildirim@sdu.edu.tr, ORCID, 0000-0002-1208-071X

Öte yandan dijital ekonomide bilgi ve becerilerin hızlı biçimde güncellenmesi, E&G sistemlerinin dönemsel eğitim mantığından sürekli öğrenme mantığına yönelmesini gerektirmektedir. Çevik öğrenme yaklaşımı bu ihtiyaca; kısa geri bildirim döngüleri, öğrenme çevikliği, reskilling, upskilling ve iş akışı içinde öğrenme gibi araçlarla karşılık vermektedir (De Meuse, 2017; Rigby vd., 2016; World Economic Forum, 2023). Böylece E&G'nin görevi çalışanların bugünkü performansını geliştirmekten çok örgütün gelecekteki beceri ihtiyaçlarına hazırlanmasını sağlamaktır.

Bu bölümün temel amacı, dijital çağda E&G fonksiyonunun stratejik dönüşümünü veri temelli karar verme, sorumlu yönetim ve çevik öğrenme gibi üç tamamlayıcı perspektif üzerinden kavramsal olarak açıklamaktır: Bölümde önce E&G'nin stratejik evrimi ve dijital dönüşümle ilişkisi ele alınmakta, ardından veri temelli E&G, sorumlu E&G ve çevik E&G yaklaşımları incelenmektedir. Son bölümde bu yaklaşımlar tek bir bütünlüklü kavramsal çerçevede bir araya getirilerek dijital çağda stratejik E&G'nin temel bileşenleri ve yönetsel sonuçları tartışılmaktadır.

2. KURAMSAL ARKA PLAN VE LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Eğitim ve Geliştirmenin Stratejik Evrimi

Eğitim ve Geliştirme (E&G), İnsan Kaynakları Yönetiminin (İKY) tarihsel gelişimi içerisinde en kapsamlı kavramsal ve uygulamalı dönüşümü yaşayan fonksiyonlardan biridir (Hamlin & Stewart, 2011). Uzun yıllar boyunca E&G, çalışanların mevcut görevlerini daha etkin yerine getirebilmeleri amacıyla planlanan operasyonel bir faaliyet olarak değerlendirilmiş; örgütlerde daha çok işe uyum, teknik beceri geliştirme ve performans eksikliklerini gidermeye yönelik eğitim programlarıyla sınırlandırılmıştır. Bu yaklaşımda eğitimin temel amacı, çalışanların mevcut görev tanımlarına uyumunu artırmak ve kısa dönemli performans iyileştirmeleri sağlamaktır. Dolayısıyla eğitim faaliyetleri, örgütsel stratejilere yön veren bir yatırım alanı olmaktan ziyade, diğer insan kaynakları uygulamalarını destekleyen tamamlayıcı bir işlev olarak görülmüştür (Noe & Kodwani, 2018).

Ancak bilgi ekonomisinin yükselişi, küresel rekabetin yoğunlaşması ve dijital teknolojilerin iş yapma biçimlerini köklü biçimde değiştirmesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun örgüt içindeki konumunu yeniden tanımlamıştır. Günümüzde örgütlerin sürdürülebilir rekabet avantajı fiziksel varlıklarına, finansal güçlerine veya teknolojik altyapılarına bağlı değildir. Rekabet üstünlüğü giderek daha fazla bilgi üretme kapasitesi, yenilikçilik, örgütsel öğrenme ve çalışanların sürekli gelişimine dayanmaktadır. Bu nedenle Eğitim ve Geliştirme, çalışanların mevcut bilgi ve becerilerini

koruyan bir faaliyet olmaktan çıkarak, gelecekte ihtiyaç duyulacak yetkinlikleri geliştiren stratejik bir yönetim fonksiyonu hâline gelmiştir (Garavan vd., 2021; Vial, 2019).

Bu dönüşüm, yönetim literatüründe rekabet avantajının kaynaklarına ilişkin bakış açısındaki değişimle yakından ilişkilidir. Özellikle Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi'nin kuramsal zeminini oluşturan Kaynak Temelli Yaklaşım (Resource-Based View-RBV), sürdürülebilir rekabet avantajının örgütlerin sahip olduğu değerli, nadir, taklit edilmesi güç ve ikame edilmesi zor insan kaynaklarından doğduğunu ileri sürmektedir (Barney, 1991; Wright & McMahan, 1992) Bu yaklaşım, insan sermayesini üretim sürecinin bir girdisinden ziyade, örgütün stratejik başarısını belirleyen temel kaynaklardan biri olarak konumlandırmaktadır. Çalışanların bilgi düzeyi, uzmanlığı, deneyimi ve problem çözme becerileri, rakipler tarafından kolaylıkla taklit edilemeyen stratejik varlıklar olarak değerlendirildiğinde, bu özelliklerin geliştirilmesine yönelik eğitim yatırımları da örgütün uzun dönemli performansını destekleyen stratejik yatırımlar hâline gelmektedir (Barney, 1991).

Bu noktada Dinamik Yetenekler Yaklaşımı (Dynamic Capabilities Theory), Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun stratejik önemini açıklamak açısından daha kapsayıcı bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Teece, Pisano ve Shuen (1997), örgütlerin sürdürülebilir başarısının mevcut kaynaklarından çok, bu kaynakları değişen çevresel koşullara uygun biçimde yeniden yapılandırabilme, bütünleştirebilme ve geliştirebilme yeteneğine bağlı olduğunu ileri sürmektedir. Bu perspektiften bakıldığında Eğitim ve Geliştirme, çalışanlara bilgi aktaran operasyonel bir süreç olmaktan çıkarak örgütün değişime uyum kapasitesini besleyen dinamik bir mekanizma hâline gelmektedir. Başka bir ifadeyle E&G'nin stratejik değeri, çalışanların bugün ne bildiklerinden çok, yarın ihtiyaç duyacakları bilgi ve becerileri ne kadar hızlı geliştirebildiklerini belirlemesinden kaynaklanmaktadır (Teece et al., 1997).

Benzer biçimde İnsan Sermayesi Teorisi de Eğitim ve Geliştirme yatırımlarının ekonomik ve stratejik değerini açıklayan temel yaklaşımlardan biridir. Becker'e (1964) göre bireylerin sahip oldukları bilgi, beceri ve deneyim ekonomik değer yaratan sermaye niteliğindedir ve bu sermayeye yapılan yatırımlar uzun dönemli verimlilik artışı sağlar. Ancak dijital dönüşüm, insan sermayesine ilişkin bu yaklaşımın da yeniden yorumlanmasını gerekli kılmıştır. Günümüzde insan sermayesinin değeri mevcut bilgi düzeyi kadar, öğrenme çevikliği, yeni yetkinlikler geliştirebilme kapasitesi, dijital okuryazarlık ve değişime uyum becerisiyle de belirlenmektedir. Bu nedenle çağdaş Eğitim ve Geliştirme anlayışı, çalışanların belirli bilgi alanlarında uzmanlaşmasını

sağlamanın ötesinde, sürekli öğrenme kapasitesini geliştirmeyi hedeflemektedir (Becker, 1964; Garavan et al., 2021).

"Bu bağlamdaki dönüşüm, Stratejik İnsan Kaynakları Gelişimi (Strategic Human Resource Development) yaklaşımında da açık biçimde görülmektedir. Stratejik İKG perspektifi, eğitim faaliyetlerinin örgütsel stratejilerden bağımsız planlanamayacağını, aksine bireysel ve örgütsel bağlamı bütünleştiren temel yönetim araçlarından biri olduğunu savunmaktadır (Garavan et al., 2021, 2023). Bu yaklaşımda eğitim programlarının başarısı katılımcı memnuniyeti veya eğitim saatleriyle beraber örgütsel çeviklik, yenilik kapasitesi, kritik yeteneklerin geliştirilmesi ve sürdürülebilir performansa sağladığı katkıyla değerlendirilmektedir (Garavan et al., 2021). Dolayısıyla İnsan Kaynakları Yönetimi Eğitim ve Geliştirme, bireysel öğrenmeyi örgütsel değere dönüştüren stratejik bir kapasite olarak konumlanmaktadır.

Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun stratejikleşmesi, öğrenme kavramının yeniden tanımlanmasını da beraberinde getirmiştir. Geleneksel yaklaşım öğrenmeyi belirli zamanlarda gerçekleştirilen sınıf eğitimleriyle sınırlandırırken, çağdaş yaklaşım öğrenmeyi iş süreçlerine entegre edilmiş, sürekli devam eden ve farklı öğrenme araçlarıyla desteklenen dinamik bir süreç olarak ele almaktadır. İş başında öğrenme, proje temelli gelişim, mentorluk, koçluk, dijital öğrenme platformları, uygulama toplulukları ve akran öğrenmesi, bu yeni öğrenme ekosisteminin temel bileşenlerini oluşturmaktadır (Garavan vd., 2019; Noe & Kodwani, 2018). Böylece İnsan Kaynakları Yönetiminde Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun görevi eğitim düzenlemek kadar, örgütün öğrenme kapasitesini sistematik biçimde geliştirmek, bilgi paylaşımını desteklemek ve sürekli gelişimi kurumsal kültürün ayrılmaz bir parçası hâline getirmektir.

2.2. Dijital Dönüşümün Eğitim ve Geliştirme Fonksiyonuna Etkisi

İKY Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun yeniden yapılandırılmasını hızlandıran temel unsur, dijital teknolojilerin örgütlerin iş yapma biçimlerini, karar alma süreçlerini ve öğrenme ekosistemlerini köklü biçimde dönüştürmesidir. Günümüzde dijital dönüşüm, örgütlerin teknoloji yatırımlarını artırmasını ifade eden teknik bir süreç olduğu kadar, iş modellerinin, örgütsel yapıların, çalışan rollerinin ve öğrenme sistemlerinin yeniden tasarlandığı kapsamlı bir örgütsel dönüşüm süreci olarak değerlendirilmektedir (Vial, 2019).

Dijital dönüşüm kavramı, bilgi ve iletişim teknolojilerinin örgütsel süreçlere entegrasyonunun ötesinde, dijital teknolojiler aracılığıyla değer yaratma biçimlerinin yeniden tanımlanmasını ifade etmektedir. Vial (2019), dijital dönüşümü; dijital teknolojilerin örgütlerin değer yaratma mekanizmalarını,

operasyonel süreçlerini ve örgütsel yetkinliklerini dönüştüren çok boyutlu bir değişim süreci olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde Bharadwaj, El Sawy, Pavlou ve Venkatraman (2013), dijital teknolojilerin operasyonel verimliliği artıran araçlar olmadığını, aynı zamanda örgütlerin rekabet stratejilerini yeniden şekillendiren temel unsurlar hâline geldiğini vurgulamaktadır. Bu bakış açısı, Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun da yeni teknolojileri kullanan bir yapı olmaktan çıkarak, dijital dönüşümün gerektirdiği yeni yetkinlikleri geliştiren stratejik bir öğrenme sistemi hâline gelmesini zorunlu kılmaktadır.

Dijital dönüşümün Eğitim ve Geliştirme üzerindeki ilk etkisi, öğrenme anlayışının yeniden tanımlanmasıdır. Geleneksel eğitim modelleri büyük ölçüde sınıf ortamında gerçekleştirilen, standart içeriklere dayanan ve belirli zaman dilimleriyle sınırlı öğrenme faaliyetlerine odaklanırken, dijital teknolojiler öğrenmenin zamandan ve mekândan bağımsız biçimde sürdürülebilmesini mümkün hâle getirmiştir. Bulut tabanlı Öğrenme Yönetim Sistemleri (Learning Management Systems-LMS), Öğrenme Deneyim Platformları (Learning Experience Platforms-LXP), mobil öğrenme uygulamaları ve dijital içerik platformları çalışanların ihtiyaç duydukları bilgiye istedikleri anda ulaşabilmelerini sağlamaktadır. Böylece öğrenme, belirli dönemlerde gerçekleştirilen bir faaliyet olmaktan çıkarak iş süreçleriyle bütünleşen sürekli bir gelişim mekanizmasına dönüşmektedir (Noe & Kodwani, 2018).

Dijital dönüşümün Eğitim ve Geliştirme fonksiyonuna sağladığı en önemli katkılardan bir diğeri de öğrenme süreçlerinin ölçülebilir hâle gelmesidir. Geleneksel sistemlerde eğitim faaliyetlerinin başarısı çoğunlukla katılımcı memnuniyeti veya eğitim sonrası sınav sonuçlarıyla değerlendirilirken, dijital platformlar çalışanların öğrenme davranışlarına ilişkin ayrıntılı veriler üretebilmektedir. Çalışanların hangi içerikleri tercih ettikleri, öğrenme süreleri, tekrar oranları, tamamlanan modüller ve öğrenme performansları gerçek zamanlı olarak analiz edilebilmektedir. Bu durum, Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun eğitim düzenleyen bir yapı olmaktan çıkarak öğrenme süreçlerini sürekli izleyen, değerlendiren ve iyileştiren stratejik bir karar destek sistemi hâline gelmesini sağlamaktadır (Marler & Boudreau, 2017).

Yapay zekâ teknolojilerinin gelişmesi bu dönüşümü daha da hızlandırmaktadır. Yapay zekâ destekli öğrenme sistemleri, çalışanların geçmiş öğrenme davranışlarını, performans göstergelerini ve kariyer hedeflerini analiz ederek kişiselleştirilmiş eğitim önerileri sunabilmektedir. Böylece her çalışanın ihtiyaçlarına uygun öğrenme rotaları oluşturulabilmekte, eğitim kaynaklarının daha etkin kullanılması mümkün olabilmektedir. Aynı zamanda yapay zekâ, gelecekte ortaya çıkabilecek yetkinlik ihtiyaçlarını öngörerek İKY Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun stratejik planlama kapasitesini güçlendirmektedir. Bu

durum, öğrenmenin geçmiş performansı telafi eden bir faaliyet olmaktan çıkarak geleceğe yönelik yetenek geliştirme mekanizmasına dönüşmesini sağlamaktadır (Strohmeier, 2020).

Bununla birlikte dijital dönüşüm yeni fırsatlar sunmamakta, aynı zamanda İKY Eğitim ve Geliştirme fonksiyonuna yeni sorumluluklar da yüklemektedir. Dijital platformların yaygınlaşmasıyla birlikte çalışanlara ilişkin büyük miktarda veri toplanmakta, öğrenme davranışları sürekli izlenebilmekte ve algoritmalar eğitim önerileri oluşturabilmektedir. Bu gelişmeler veri güvenliği, çalışan mahremiyeti, algoritmik önyargılar ve dijital etik gibi yeni tartışma alanlarını gündeme getirmektedir. Dolayısıyla dijital dönüşümün başarısı teknolojik altyapının gücüne değil, aynı zamanda bu teknolojilerin şeffaf, güvenilir ve etik ilkeler doğrultusunda yönetilmesine bağlıdır (Strohmeier, 2020).

2.3. Veri Temelli Eğitim ve Geliştirme Yaklaşımı (Data-Driven Training and Development)

Dijital dönüşümün Eğitim ve Geliştirme (E&G) fonksiyonu üzerindeki en önemli etkilerinden biri, öğrenme süreçlerinin büyük miktarda veri üretmeye başlaması ve bu verilerin stratejik karar alma süreçlerinin temel girdilerinden biri hâline gelmesidir. Geleneksel eğitim sistemlerinde eğitim ihtiyaçları büyük ölçüde yöneticilerin gözlemlerine, çalışan taleplerine veya yıllık performans değerlendirmelerine dayanırken, günümüzde dijital öğrenme platformları çalışanların öğrenme davranışlarına ilişkin ayrıntılı ve gerçek zamanlı veriler üretebilmektedir. Dolayısıyla İKY Eğitim ve Geliştirme fonksiyonu, sezgisel karar alma anlayışından uzaklaşarak kanıta dayalı (evidence-based) ve analitik bir yönetim anlayışına yönelmektedir (Marler & Boudreau, 2017).

Veri temelli Eğitim ve Geliştirme yaklaşımı, İnsan Kaynakları Analitiğinin (HR Analytics) öğrenme süreçlerine uyarlanmış bir görünümü olarak değerlendirilebilir. İnsan Kaynakları Analitiği, çalışanlara ilişkin verilerin sistematik biçimde toplanması, analiz edilmesi ve stratejik karar alma süreçlerinde kullanılması yoluyla örgütsel performansın geliştirilmesini amaçlamaktadır (Marler & Boudreau, 2017). Bu perspektif Eğitim ve Geliştirme fonksiyonuna uyarlandığında temel amaç, eğitim faaliyetlerini raporlamak, hangi çalışanların hangi yetkinliklere ihtiyaç duyduğunu, hangi öğrenme yöntemlerinin daha etkili sonuç verdiğini ve eğitim yatırımlarının örgütsel performansa ne ölçüde katkı sağladığını bilimsel verilerle ortaya koymaktır. Bu bakış açısıyla İKY Eğitim ve Geliştirme fonksiyonu, maliyet merkezi olarak görülen geleneksel konumundan uzaklaşarak stratejik karar üretimini destekleyen analitik bir yapıya dönüşmektedir.

Bu dönüşümün merkezinde öğrenme analitiği (learning analytics) yer almaktadır. Öğrenme analitiği, öğrenenlere ve öğrenme ortamlarına ilişkin verilerin toplanması, ölçülmesi, analiz edilmesi ve yorumlanması yoluyla öğrenme süreçlerinin optimize edilmesini amaçlayan disiplinler arası bir yaklaşımdır (Siemens & Long, 2011). Dijital öğrenme platformları sayesinde çalışanların sisteme giriş sıklıkları, eğitim tamamlama oranları, modüller arasında geçiş davranışları, öğrenme hızları, değerlendirme sonuçları ve içerik tercihleri ayrıntılı biçimde analiz edilebilmektedir. Bu veriler bireysel gelişim ihtiyaçlarını belirlerken, aynı zamanda eğitim içeriklerinin etkinliğini değerlendirmek, öğrenme tasarımı iyileştirmek ve örgütsel yetkinlik boşluklarını belirlemek amacıyla da kullanılmaktadır.

Veri temelli yaklaşımın en önemli katkılarından biri, eğitim ihtiyaç analizini reaktif bir süreç olmaktan çıkararak proaktif bir yönetim aracına dönüştürmesidir. Geleneksel uygulamalarda eğitim ihtiyaçları çoğunlukla mevcut performans eksiklikleri ortaya çıktıktan sonra belirlenirken, analitik sistemler performans verileri, görev değişimleri, kariyer planları ve stratejik iş gücü planlaması verilerini birlikte değerlendirerek gelecekte ortaya çıkabilecek yetkinlik ihtiyaçlarını öngörebilmektedir. Bu çerçevede İKY Eğitim ve Geliştirme fonksiyonu mevcut sorunlara çözüm üretirken geleceğin beceri ihtiyaçlarını planlayan stratejik bir kapasiteye dönüşmektedir (Marler & Boudreau, 2017).

Yapay zekâ teknolojilerinin İnsan Kaynakları Yönetimine entegrasyonu, veri temelli Eğitim ve Geliştirme yaklaşımını daha ileri bir düzeye taşımaktadır. Yapay zekâ destekli öğrenme sistemleri, çalışanların geçmiş öğrenme deneyimlerini, performans göstergelerini ve kariyer hedeflerini analiz ederek kişiselleştirilmiş öğrenme yolları oluşturabilmektedir. Adaptif öğrenme algoritmaları, her çalışanın bilgi düzeyine ve öğrenme hızına göre içerik önerileri sunarken, öneri sistemleri gelecekte ihtiyaç duyulabilecek teknik ve davranışsal yetkinlikleri de tahmin edebilmektedir. Öğrenme süreçleri standart programlardan uzaklaşarak bireyselleştirilmiş gelişim deneyimlerine dönüşmektedir (Strohmeier, 2020).

Veri temelli yaklaşım bireysel öğrenmeyi geliştirmekle kalmamakta, aynı zamanda eğitim yatırımlarının örgütsel etkisinin daha güvenilir biçimde değerlendirilmesine de olanak sağlamaktadır. Geleneksel değerlendirme modelleri büyük ölçüde katılımcı memnuniyeti, bilgi düzeyindeki artış veya eğitim tamamlama oranları gibi kısa dönemli göstergelere odaklanırken, analitik yaklaşımlar eğitim faaliyetlerinin çalışan performansı, üretkenlik, yenilikçilik, kariyer gelişimi, çalışan bağlılığı ve örgütsel sonuçlar üzerindeki etkilerini çok boyutlu olarak analiz edebilmektedir. Bu yaklaşım Eğitim ve Geliştirme

yatırımlarının stratejik değeri daha görünür hâle getirmekte ve yöneticilerin yatırım kararlarını daha güçlü kanıtlarla desteklemeleri mümkün olmaktadır (Marler & Boudreau, 2017).

Ancak veri temelli yönetim anlayışının başarısı veri miktarına bağlı değildir. Büyük veri (big data) tek başına örgütsel değer yaratmamaktadır. Asıl önemli olan, doğru verinin doğru yöntemlerle analiz edilmesi ve elde edilen bulguların örgütsel stratejilerle ilişkilendirilebilmesidir. Analitik kapasitesi yetersiz örgütlerde veri bolluğu karar kalitesini artırmak yerine karmaşıklığı artırabilmektedir. Bu nedenle Eğitim ve Geliştirme profesyonellerinin öğrenme tasarımı kadar, veri analizi, yorumlama ve analitik karar verme konularında da yetkinlik geliştirmeleri gerekmektedir (Marler & Boudreau, 2017; Strohmeier, 2020).

Veri temelli Eğitim ve Geliştirme yaklaşımı aynı zamanda yeni etik soruları da beraberinde getirmektedir. Çalışanların öğrenme davranışlarının sürekli izlenmesi, kişisel verilerin işlenmesi ve algoritmaların gelişim fırsatlarını belirlemesi; mahremiyet, şeffaflık, algoritmik önyargı ve güven gibi konuların önemini artırmaktadır. Dolayısıyla veri temelli sistemlerin başarısı analitik doğrulukla beraber aynı zamanda çalışan haklarını koruyan etik yönetim ilkeleriyle de yakından ilişkilidir. Bu durum, dijital çağda Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun sadece veri odaklı değil, aynı zamanda sorumlu bir yönetim anlayışıyla yürütülmesini zorunlu hâle getirmektedir.

2.4. Sorumlu Eğitim ve Geliştirme Yaklaşımı (Responsible Training and Development)

Sorumlu İnsan Kaynakları Yönetimi, çalışanlara örgütsel performansa katkı sağlayan ekonomik kaynaklarla beraber, hakları, beklentileri ve refahı korunması gereken temel paydaşlar olarak ele almaktadır. Bu yaklaşımın temel varsayımı, İnsan Kaynakları uygulamalarının örgütsel etkinliği artırmak kadar, aynı zamanda etik değerleri, sosyal sürdürülebilirliği ve çalışanların uzun dönemli gelişimini desteklemeyi amaçlaması gerektiğidir (Aust vd., 2020). Eğitim ve Geliştirme fonksiyonu açısından değerlendirildiğinde bu yaklaşım, öğrenme sistemlerinin teknolojik açıdan gelişmiş olmasının yeterli olmadığını; aynı zamanda adil, kapsayıcı, şeffaf ve güvenilir olması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Veri temelli Eğitim ve Geliştirme sistemlerinin en önemli tartışma alanlarından biri çalışan verilerinin yönetimidir. Günümüzde dijital öğrenme platformları, çalışanların sisteme giriş sıklıkları, eğitim tamamlama oranları, öğrenme hızları, değerlendirme sonuçları, içerik tercihleri ve gelişim eğilimleri gibi çok sayıda veriyi sürekli olarak kayıt altına almaktadır. Bu veriler

kişiselleştirilmiş öğrenme deneyimleri oluşturulması açısından önemli avantajlar sunarken, aynı zamanda veri mahremiyeti ve kişisel bilgilerin korunmasına ilişkin ciddi sorumluluklar doğurmaktadır. Çalışanların hangi verilerinin toplandığını, bu verilerin hangi amaçlarla kullanıldığını ve kimlerle paylaşıldığını bilmemesi, dijital öğrenme sistemlerine duyulan güveni zayıflatabilmektedir. Bu nedenle veri yönetişimi, sorumlu Eğitim ve Geliştirme anlayışının temel bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Strohmeier, 2020).

Şeffaflık, sorumlu dijital öğrenme sistemlerinin ikinci temel ilkesidir. Yapay zekâ destekli öğrenme platformlarının çalışanlara hangi eğitimleri önerdiği, hangi performans göstergelerini dikkate aldığı ve önerilerin hangi algoritmik mantıkla oluşturulduğu mümkün olduğunca açıklanabilir olmalıdır. Algoritmik kararların "kara kutu" niteliği taşıması, çalışanların öneri sistemlerine duyduğu güveni azaltabilmekte ve öğrenme süreçlerine katılım isteğini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle açıklanabilir yapay zekâ (Explainable AI) ilkeleri, teknoloji geliştirme açısından değil, İnsan Kaynakları uygulamalarının meşruiyetini koruyabilmesi açısından da önem taşımaktadır (Strohmeier, 2020).

Sorumlu Eğitim ve Geliştirme yaklaşımının bir diğer önemli boyutu algoritmik adalettir. Yapay zekâ sistemleri geçmiş verilere dayalı olarak çalıştıkları için, tarihsel önyargıları yeniden üretme riski taşımaktadır. Eğitim fırsatlarının belirlenmesi, liderlik gelişim programlarına katılım veya kariyer gelişimine yönelik öneriler algoritmalar aracılığıyla oluşturulduğunda, belirli çalışan grupları istemeden dezavantajlı duruma düşebilir. Bu nedenle eğitim teknolojilerinin tasarımında teknik doğruluk kadar eşitlik, kapsayıcılık ve ayrımcılığın önlenmesi de temel tasarım ilkeleri arasında yer almalıdır. Dijital öğrenme sistemlerinin amacı çalışanlar arasında farklılık üretmek değil, gelişim fırsatlarını daha adil ve erişilebilir hâle getirmek olmalıdır (Aust vd., 2020).

Çalışan güveni de sorumlu Eğitim ve Geliştirme sistemlerinin başarısını belirleyen kritik unsurlardan biridir. Çalışanlar öğrenme süreçlerinin sürekli izlenmesini performans kontrolü veya cezalandırıcı bir mekanizma olarak algıladıklarında, dijital öğrenme platformlarını kullanma eğilimleri azalabilmektedir. Buna karşılık güvene dayalı öğrenme kültürüne sahip örgütlerde çalışanlar yeni teknolojileri benimsemeye, gelişim fırsatlarına katılmaya ve bilgi paylaşımında bulunmaya daha istekli davranmaktadır. Bu nedenle İKY Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun teknoloji yatırımları kadar psikolojik güvenliği destekleyen örgütsel uygulamalara da yatırım yapması gerekmektedir.

Dijital kapsayıcılık da sorumlu Eğitim ve Geliştirme yaklaşımının önemli bileşenlerinden biridir. Dijital öğrenme sistemleri tüm çalışanlar için eşit

fırsatlar sunma potansiyeline sahip olmakla birlikte, dijital okuryazarlık düzeyi, yaş, görev niteliği veya teknolojik altyapıya erişim gibi faktörler öğrenme deneyimlerinde önemli farklılıklar yaratabilmektedir. Bu nedenle dijital eğitim politikalarının tasarımı erişilebilir içeriklerin geliştirilmesi, farklı öğrenme ihtiyaçlarının dikkate alınması ve çalışanların dijital yeterliliklerinin desteklenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde dijital dönüşüm, öğrenme fırsatlarını genişletmek yerine örgüt içerisindeki gelişim eşitsizliklerini artırabilir.

Sorumlu Eğitim ve Geliştirme anlayışı, sürdürülebilirlik yaklaşımıyla da doğrudan ilişkilidir. Günümüzde çalışan gelişimi örgütsel performansı artıran kısa dönemli bir yatırımdan ziyade, çalışanların yaşam boyu öğrenme kapasitesini geliştiren ve uzun dönemli istihdam edilebilirliğini destekleyen stratejik bir sorumluluk olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle eğitim politikalarının amacı mevcut görevlerin yerine getirilmesini sağlamak ve çalışanların geleceğin iş gücü ihtiyaçlarına hazırlanmasına katkıda bulunmaktır. Bu bağlamda Eğitim ve Geliştirme fonksiyonu ekonomik değer üretmenin yanı sıra sosyal sürdürülebilirliğe de katkı sağlayan stratejik bir yönetim alanına dönüşmektedir (Aust et al., 2020).

2.5. Çevik Eğitim ve Geliştirme Yaklaşımı (Agile Training and Development)

Çeviklik kavramı başlangıçta yazılım geliştirme süreçlerinde ortaya çıkmış olsa da zaman içerisinde örgütsel yönetim anlayışının temel ilkelerinden biri hâline gelmiştir. Çevik yaklaşım, belirsizlik altında hızlı öğrenme, kısa geri bildirim döngüleri, sürekli iyileştirme ve değişen koşullara uyum sağlayabilme kapasitesini ifade etmektedir (Rigby, Sutherland, & Takeuchi, 2016). İnsan Kaynakları Yönetimi açısından değerlendirildiğinde çeviklik, çalışanların mevcut görevlerini yerine getirebilecek bilgi ve becerilere sahip olması ve yeni koşullara hızla uyum sağlayabilecek öğrenme kapasitesini geliştirmeyi de gerektirmektedir. Bu nedenle Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun temel amacı, bilgi aktarmaktan çok öğrenme çevikliğini (learning agility) geliştirmek hâline gelmektedir.

Öğrenme çevikliği, bireylerin yeni deneyimlerden öğrenebilme, öğrendiklerini farklı durumlara aktarabilme ve belirsizlik ortamlarında etkili karar verebilme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (De Meuse, 2017). Dijital çağda teknik bilgi hızla güncelliğini yitirebildiği için çalışanların sahip oldukları bilgi kadar yeni bilgi öğrenebilme hızları da stratejik önem taşımaktadır. Bu durum, Eğitim ve Geliştirme programlarının mevcut mesleki yeterlilikleri geliştirme, gelişim odaklı bir zihniyet (growth mindset) çerçevesinde eleştirel

düşünme, problem çözme, dijital okuryazarlık, iş birliği ve uyum yeteneği gibi geleceğe yönelik üst düzey yetkinlikleri desteklemesine neden olmaktadır (Dweck, 2006; De Meuse, 2017).

Çevik Eğitim ve Geliştirme yaklaşımının temel bileşenlerinden biri reskilling ve upskilling uygulamalarıdır. Reskilling, çalışanların değişen iş gereklilikleri doğrultusunda tamamen yeni beceriler kazanmasını ifade ederken, upskilling mevcut bilgi ve becerilerin geliştirilmesini ifade etmektedir (OECD, 2023; WEF, 2023). Yapay zekâ ve otomasyon teknolojilerinin iş gücü piyasalarını ve meslekleri köklü biçimde dönüştürdüğü günümüzde, örgütler açısından rekabet avantajı yeni çalışan istihdam etmekten çok mevcut çalışanların yeni yetkinliklerle donatılmasına bağlı hâle gelmektedir. Bu nedenle Eğitim ve Geliştirme fonksiyonu, gelecekte ortaya çıkacak yetenek ihtiyaçlarını öngören ve çalışanları bu değişime hazırlayan stratejik bir dönüşüm mekanizması olarak değerlendirilmektedir.

Çevik yaklaşım aynı zamanda öğrenme tasarımı da değiştirmektedir. Geleneksel eğitim programları çoğunlukla yıllık planlamalara dayanırken, çevik öğrenme sistemleri kısa öğrenme döngülerini, sürekli geri bildirim ve hızlı içerik güncellemelerini esas almaktadır. Mikro öğrenme modülleri, dijital öğrenme platformları, proje temelli öğrenme, ters yüz öğrenme (flipped learning), uygulama toplulukları ve deneyimsel öğrenme yöntemleri çevik öğrenme ekosisteminin temel araçları arasında yer almaktadır (Noe & Kodwani, 2018). Böylece çalışanlar ihtiyaç duydukları bilgiye belirli eğitim dönemlerinde değil, iş süreçlerinin doğal akışı içerisinde ulaşabilmektedir.

Çevik Eğitim ve Geliştirme yaklaşımı, örgütsel çeviklik ile doğrudan ilişkilidir. Dinamik Yetenekler Yaklaşımı, örgütlerin sürdürülebilir rekabet avantajının değişen çevresel koşullara uyum sağlayabilme kapasitesine bağlı olduğunu vurgulamaktadır (Teece et al., 1997). Bu kapasitenin oluşturulmasında Eğitim ve Geliştirme fonksiyonu kritik bir rol üstlenmektedir. Çünkü değişime uyum sağlayabilen örgütler, öğrenmeyi bireysel gelişim aracı kadar stratejik dönüşümün temel mekanizması olarak değerlendirmektedir. Dolayısıyla çevik öğrenme kültürü, örgütsel çevikliğin en önemli belirleyicilerinden biri olarak kabul edilmektedir.

Bununla birlikte çevik Eğitim ve Geliştirme anlayışının başarısı yeni öğrenme teknolojilerinin kullanılmasına bağlı değildir. Liderlik desteği, öğrenmeyi teşvik eden örgüt kültürü, psikolojik güvenlik, bilgi paylaşımı ve hata yaparak öğrenmeye izin veren yönetim anlayışı çevik öğrenmenin kurumsallaşması açısından kritik öneme sahiptir. Çalışanların yeni beceriler denemekten çekinmediği, geri bildirimin gelişim amacıyla kullanıldığı ve sürekli öğrenmenin örgütsel değer olarak benimsendiği kurumlarda çevik

Eğitim ve Geliştirme uygulamalarının daha başarılı sonuçlar verdiği görülmektedir (Edmondson, 2019).

3. DİJİTAL ÇAĞDA VERİ TEMELLİ VE SORUMLU EĞİTİM VE GELİŞTİRME İÇİN BÜTÜNLEŞİK KAVRAMSAL ÇERÇEVE

3.1. Dijital Çağda Eğitim ve Geliştirmenin Yeni Paradigması

Bu paradigma değişiminin temelinde, rekabet avantajının niteliğinde yaşanan dönüşüm bulunmaktadır. Endüstri toplumunda örgütler sahip oldukları fiziksel varlıklar, finansal kaynaklar ve üretim kapasiteleri üzerinden rekabet ederken, bilgi ekonomisinde üstünlük giderek daha fazla öğrenme hızı, bilgi üretme kapasitesi ve yeni yetkinlikler geliştirebilme becerisiyle ilişkilendirilmektedir. Bu durum, insan sermayesinin stratejik önemini artırırken aynı zamanda bu sermayenin sürekli geliştirilmesini de zorunlu hâle getirmektedir. Dolayısıyla Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun başarısı, düzenlenen eğitim sayısı ile değil, örgütün değişime uyum sağlayabilme, yenilik üretebilme ve geleceğin yetkinliklerini oluşturabilme kapasitesiyle değerlendirilmektedir (Becker, 1964; Garavan et al., 2021).

Bu dönüşüm, öğrenme anlayışında da köklü bir değişime işaret etmektedir. Geleneksel yaklaşım öğrenmeyi belirli zamanlarda gerçekleştirilen sınıf eğitimleriyle sınırlandırırken, çağdaş yaklaşım öğrenmeyi iş süreçlerine entegre edilmiş, bilimsel ilkelere dayanan, sürekli devam eden ve farklı öğrenme araçlarıyla desteklenen dinamik bir süreç olarak ele almaktadır (Noe & Kodwani, 2018; Salas vd., 2012). Öğrenme artık eğitim salonlarında gerçekleşen bir etkinlikten ziyade dijital platformlar, proje ekipleri, sosyal öğrenme ağları, deneyim paylaşımı, mentorluk ilişkileri ve yapay zekâ destekli öğrenme sistemleri aracılığıyla günlük iş akışına entegre edilen dinamik bir süreçtir. Böylece örgütler için önemli olan, çalışanların ne kadar eğitim aldığından çok, ne kadar hızlı öğrenebildiği, öğrendiklerini ne ölçüde uygulayabildiği ve yeni koşullara ne kadar kısa sürede uyum sağlayabildiğidir (Noe & Kodwani, 2018; Vial, 2019).

Dijital dönüşüm aynı zamanda İKY'nin Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun temel amacını da değiştirmektedir. Geçmişte eğitim faaliyetleri daha çok mevcut görevlerin gerektirdiği bilgi ve becerileri kazandırmayı hedeflerken, günümüzde öncelik gelecekte ihtiyaç duyulacak yetkinliklerin geliştirilmesine kaymaktadır. Yapay zekâ, otomasyon, büyük veri ve platform ekonomisi gibi gelişmeler birçok mesleğin içeriklerini yeniden tanımlamakta; bazı yetkinliklerin önemini azaltırken yeni bilgi ve beceri alanlarını ön plana çıkarmaktadır. Bu nedenle çağdaş Eğitim ve Geliştirme anlayışı, mevcut performansı iyileştirmekten çok geleceğin iş gücünü hazırlamaya

odaklanmaktadır. Reskilling, upskilling ve yaşam boyu öğrenme kavramlarının son yıllarda önem kazanmasının temel nedeni de budur (World Economic Forum, 2023).

Bununla birlikte dijital çağda Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun stratejik değeri teknoloji kullanımından kaynaklanmamaktadır. Asıl belirleyici unsur, teknolojinin öğrenmeyi daha hızlı, daha kişiselleştirilmiş ve daha kanıta dayalı hâle getirebilmesidir. Yapay zekâ destekli öneri sistemleri, öğrenme analitiği, dijital öğrenme platformları ve İnsan Kaynakları Analitiği uygulamaları, çalışanların gelişim ihtiyaçlarının gerçek zamanlı olarak belirlenmesini ve eğitim yatırımlarının örgütsel hedeflerle daha güçlü biçimde ilişkilendirilmesini mümkün kılmaktadır. Böylece Eğitim ve Geliştirme fonksiyonu eğitim sunan bir yapı olmaktan çıkarak, stratejik karar alma süreçlerine bilgi üreten analitik bir yönetim fonksiyonuna dönüşmektedir (Marler & Boudreau, 2017; Strohmeier, 2020).

Ancak bu dönüşüm dijital teknolojilerin benimsenmesiyle tamamlanabilecek bir süreç değildir. İKY Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun yeni paradigması; stratejik yönetim anlayışını, veri temelli karar vermeyi, etik yönetişimi ve çevik öğrenme kültürünü aynı sistem içerisinde bütünleştirebildiği ölçüde başarılı olabilecektir. Başka bir ifadeyle dijital çağda başarılı Eğitim ve Geliştirme sistemleri, teknolojik olarak gelişmişlik kadar, öğrenmeyi örgütsel kültürün temel bileşeni hâline getiren, çalışan güvenini koruyan ve sürekli gelişimi destekleyen bütünleşik sistemlerdir. Bu nedenle dijital dönüşümün Eğitim ve Geliştirme fonksiyonuna etkisini teknolojik yenilikler üzerinden değerlendirmek yeterli değildir. Asıl dönüşüm, öğrenmenin örgütlerin stratejik yönetim anlayışının merkezine yerleşmesidir.

3.2. Veri Temelli Öğrenme Ekosisteminin Temel Bileşenleri

Veri temelli öğrenme ekosistemi, teknolojik araçların bir araya gelmesinden oluşan teknik bir yapı değildir. Aksine bu ekosistem; dijital altyapıyı, analitik kapasiteyi, yönetsel karar mekanizmalarını ve örgütsel öğrenme kültürünü bütünleştiren çok katmanlı bir sistemdir. Bu sistem içerisinde verinin üretilmesi kadar doğru yorumlanması, anlamlandırılması ve stratejik kararlara dönüştürülmesi de kritik öneme sahiptir. Dolayısıyla dijital öğrenme ekosisteminin başarısı, sahip olunan veri miktarından çok, verinin örgütsel öğrenmeyi destekleyecek şekilde kullanılabilmesine bağlıdır (Marler & Boudreau, 2017).

Bu ekosistemin ilk bileşeni dijital öğrenme altyapısıdır. Öğrenme Yönetim Sistemleri (Learning Management Systems-LMS), Öğrenme Deneyim Platformları (Learning Experience Platforms-LXP), mobil öğrenme

uygulamaları, kurumsal bilgi paylaşım platformları ve bulut tabanlı eğitim sistemleri çalışanların öğrenme süreçlerini dijital ortama taşımaktadır. Ancak çağdaş yaklaşımda bu teknolojilerin değeri eğitim içeriklerini dijital ortamda sunmaları değildir. Asıl değer, çalışanların öğrenme davranışlarını sürekli izleyebilmesi, bireysel gelişim süreçlerini kayıt altına alabilmesi ve öğrenmeye ilişkin büyük ölçekli veri üretebilmesidir. Böylece öğrenme faaliyetleri ilk kez ölçülebilir, karşılaştırılabilir ve sürekli geliştirilebilir hâle gelmektedir (Noe & Kodwani, 2018).

İkinci bileşen öğrenme analitiğidir (Learning Analytics). Siemens ve Long (2011), öğrenme analitiğini öğrenenlere ve öğrenme ortamlarına ilişkin verilerin toplanması, analiz edilmesi ve öğrenme süreçlerinin optimize edilmesi amacıyla kullanılması olarak tanımlamaktadır. Kurumsal Eğitim ve Geliştirme bağlamında öğrenme analitiği, çalışanların sisteme giriş sıklıkları, içerik tamamlama oranları, öğrenme süreleri, tekrar davranışları, değerlendirme sonuçları ve öğrenme tercihleri gibi çok sayıda göstergenin analiz edilmesini mümkün kılmaktadır. Bu analizler bireysel gelişim ihtiyaçlarını belirlemek kadar, aynı zamanda eğitim içeriklerinin etkinliğini değerlendirmek, yetkinlik boşluklarını belirlemek ve gelecekteki öğrenme yatırımlarını planlamak açısından da stratejik önem taşımaktadır.

Üçüncü bileşen İnsan Kaynakları Analitiği (HR Analytics) ile öğrenme verilerinin bütünleştirilmesidir. Öğrenme verileri tek başına önemli bilgiler sunmakla birlikte, bu verilerin performans yönetimi, kariyer gelişimi, yetenek yönetimi ve iş gücü planlaması verileriyle birlikte değerlendirilmesi Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun stratejik değerini önemli ölçüde artırmaktadır. Örneğin belirli eğitim programlarına katılan çalışanların performans gelişimleri, terfi süreçleri, bağlılık düzeyleri veya işten ayrılma eğilimleri birlikte analiz edildiğinde, eğitim yatırımlarının örgütsel sonuçlara katkısı daha somut biçimde değerlendirilebilmektedir. Böylece eğitim faaliyetleri bireysel gelişimi destekleyen uygulamalar olmaktan çıkarak, örgütün uzun dönemli insan sermayesi stratejisinin temel bileşenlerinden biri hâline gelmektedir (Marler & Boudreau, 2017).

Veri temelli öğrenme ekosisteminin dördüncü bileşeni yapay zekâ destekli karar sistemleridir. Son yıllarda üretken yapay zekâ (Generative AI), makine öğrenmesi ve öneri algoritmalarındaki gelişmeler, öğrenme süreçlerinin kişiselleştirilmesini önemli ölçüde kolaylaştırmıştır. Yapay zekâ sistemleri çalışanların geçmiş öğrenme deneyimlerini, yetkinlik profillerini, kariyer hedeflerini ve performans verilerini analiz ederek bireysel öğrenme rotaları oluşturabilmektedir. Bunun yanında içerik önerileri sunabilmekte, bilgi eksikliklerini belirleyebilmekte ve gelecekte ihtiyaç duyulabilecek becerilere

ilişkin öngörüler geliştirebilmektedir. Böylece standart eğitim programlarının yerini, çalışanın gelişim yolculuğuna göre şekillenen dinamik öğrenme deneyimleri almaktadır (Strohmeier, 2020).

Ancak veri temelli öğrenme ekosisteminin başarısını belirleyen temel unsur teknoloji değil, analitik karar verme kültürüdür. Dijital platformlardan elde edilen büyük miktardaki veri, doğru analiz edilmediği sürece örgütsel değer üretmeyecektir. Eğitim ve Geliştirme yöneticileri eğitim tasarlayan uzmanlar olduğu kadar aynı zamanda veri okuyabilen, analitik düşünebilen ve bulguları stratejik kararlara dönüştürebilen profesyoneller hâline gelmeleri gerekmektedir. Bu durum, Eğitim ve Geliştirme mesleğinin gelecekte sahip olması gereken yetkinlik profilini de değiştirmektedir. Öğrenme tasarımı, veri analizi, yapay zekâ okuryazarlığı, dijital liderlik ve stratejik düşünme becerileri, yeni nesil Eğitim ve Geliştirme profesyonellerinin temel yetkinlik alanları arasında yer almaktadır (Garavan vd., 2021).

3.3. Sorumlu Eğitim ve Geliştirme İçin Yönetişim İlkeleri

Yönetişim kavramı bu bağlamda kurumsal kontrol mekanizmalarını ifade etmemektedir. Eğitim ve Geliştirme açısından yönetim; öğrenme süreçlerinde kullanılan verilerin nasıl toplandığını, işlendiğini, paylaşıldığını ve karar alma süreçlerine nasıl dâhil edildiğini belirleyen politika, ilke ve uygulamaların bütünüdür. Dolayısıyla sorumlu yönetim anlayışı, teknolojik etkinlik ile etik sorumluluk arasında denge kurmayı amaçlayan stratejik bir yönetim yaklaşımıdır. Dijital öğrenme sistemlerinin sürdürülebilirliği de büyük ölçüde bu dengenin kurulabilmesine bağlıdır.

Sorumlu yönetişimin ilk temel ilkesi veri şeffaflığıdır. Günümüzde dijital öğrenme platformları çalışanların öğrenme davranışlarına ilişkin çok sayıda veriyi otomatik olarak üretebilmektedir. Ancak çalışanların hangi verilerin toplandığını, bu verilerin hangi amaçlarla işlendiğini ve kimlerin erişimine açık olduğunu bilmemesi, öğrenme sistemlerine yönelik güveni önemli ölçüde zayıflatmaktadır. Bu nedenle kurumların veri toplama süreçlerini açık biçimde tanımlamaları, çalışanları bilgilendirmeleri ve kişisel verilerin kullanımına ilişkin açık politikalar geliştirmeleri gerekmektedir. Şeffaflık yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesini sağlamaz; aynı zamanda dijital öğrenme sistemlerinin örgüt içinde meşruiyet kazanmasına da katkıda bulunur (Aust et al., 2020).

İkinci temel ilke hesap verebilirliktir. Dijital öğrenme sistemlerinde alınan kararların önemli bir bölümü algoritmalar tarafından desteklenmeye başlamıştır. Eğitim önerileri, gelişim programlarına katılım öncelikleri veya bireysel öğrenme yolları giderek daha fazla otomatik sistemler tarafından

belirlenmektedir. Ancak algoritmaların önerileri sorgulanamaz kararlar olarak kabul edilmemelidir. Örgütler, yapay zekâ destekli sistemlerin nasıl çalıştığını açıklayabilmeli, kararların gerekçelerini ortaya koyabilmeli ve gerektiğinde bu kararları insan müdahalesiyle yeniden değerlendirebilmelidir. Bu nedenle açıklanabilir yapay zekâ (Explainable Artificial Intelligence-XAI) ilkeleri, teknoloji geliştirme alanından daha çok İnsan Kaynakları Yönetiminin etik yönetimi açısından da kritik öneme sahiptir (Strohmeier, 2020).

Üçüncü ilke algoritmik adalet ve kapsayıcılıktır. Yapay zekâ sistemleri büyük ölçüde geçmiş verilere dayalı olarak öğrenmektedir. Eğer geçmiş uygulamalarda belirli çalışan grupları eğitim ve gelişim fırsatlarına daha sınırlı erişebilmişse, algoritmalar bu eşitsizlikleri farkında olmadan yeniden üretebilir. Bu nedenle dijital Eğitim ve Geliştirme sistemlerinin tasarımında tahmin doğruluğu kadar, aynı zamanda fırsat eşitliği, ayrımcılığın önlenmesi ve kapsayıcı öğrenme ilkeleri de dikkate alınmalıdır. Eğitim fırsatlarının algoritmalar tarafından dağıtıldığı bir sistemde etik kalite, teknik doğruluk kadar önemli bir performans göstergesi hâline gelmektedir (Aust et al., 2020).

Dördüncü ilke çalışan güveni ve psikolojik güvenlidir. Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun temel amacı çalışanların gelişimini desteklemektir. Ancak çalışanlar dijital platformları sürekli gözetim mekanizmaları olarak algıladıklarında öğrenme motivasyonu azalabilmekte, yeni beceriler deneme konusunda daha çekingen davranabilmektedir. Edmondson (2019), psikolojik güvenliğin öğrenme davranışlarını destekleyen temel örgütsel koşullardan biri olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle veri temelli öğrenme sistemlerinin performans denetiminden çok gelişim amacıyla kullanıldığının açık biçimde gösterilmesi gerekmektedir. Güven duygusunun yüksek olduğu örgütlerde çalışanlar hem öğrenme faaliyetlerine daha fazla katılmakta hem de dijital sistemlerden elde edilen geri bildirimleri gelişim fırsatı olarak değerlendirmektedir.

Beşinci ilke etik veri yönetimidir. Dijital çağda verinin stratejik önemi arttıkça, veri kalitesi kadar veri yönetiminin etik niteliği de önem kazanmaktadır. Eğitim ve Geliştirme birimlerinin ihtiyaç duydukları verileri toplaması, verileri belirlenen amaçlar dışında kullanmaması, veri güvenliğini sağlaması ve ulusal ile uluslararası veri koruma düzenlemelerine uygun hareket etmesi gerekmektedir. Bu yaklaşım, çalışan haklarının korunmasının yanı sıra kurumun itibarını ve dijital dönüşüm projelerinin sürdürülebilirliğini de desteklemektedir.

Altıncı ilke insan merkezli yapay zekâ yaklaşımıdır. Son yıllarda üretken yapay zekâ sistemlerinin yaygınlaşması, Eğitim ve Geliştirme süreçlerinde otomasyon düzeyini önemli ölçüde artırmıştır. Bununla birlikte yapay zekânın

eğitim tasarımı, gelişim planlaması ve performans analizi gibi alanlarda yoğun biçimde kullanılmaya başlanması, insan uzmanlığının tamamen ortadan kalkacağı anlamına gelmemektedir. Aksine çağdaş yaklaşım, yapay zekâyı insan kararlarını destekleyen bir araç olarak değerlendirmektedir. Eğitim stratejileri, etik değerlendirmeler ve örgütsel öncelikler hâlen insan yöneticiler tarafından belirlenmeli; yapay zekâ ise bu süreçleri hızlandıran ve veri temelli karar almayı kolaylaştıran yardımcı bir sistem olarak konumlandırılmalıdır. Böylece teknoloji ile insan uzmanlığı arasında tamamlayıcı bir ilişki kurulabilmektedir.

3.4. Çevik Öğrenme Ekosistemi ve Sürekli Yetkinlik Gelişimi

Bu gelişmeler, Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun temel amacını yeniden tanımlamaktadır. Geleneksel yaklaşımda eğitim faaliyetleri, çalışanların mevcut görevlerini daha etkin yerine getirmelerini sağlamaya odaklanırken, dijital çağda öncelik geleceğin belirsiz yetkinlik ihtiyaçlarına hazırlık yapabilen öğrenme sistemleri oluşturmaktır. Dolayısıyla Eğitim ve Geliştirme artık belirli zamanlarda gerçekleştirilen eğitim programlarından oluşan operasyonel bir süreç olduğu kadar örgütün sürekli değişime uyum sağlayabilmesini mümkün kılan çevik bir öğrenme sistemi olarak değerlendirilmelidir (Rigby, Sutherland, & Takeuchi, 2016).

Çeviklik (agility), en genel anlamıyla belirsizlik altında hızlı öğrenebilme, değişen koşullara uyum sağlayabilme ve yeni durumlara uygun çözümler geliştirebilme kapasitesini ifade etmektedir. Başlangıçta yazılım geliştirme süreçlerinde ortaya çıkan çevik yaklaşım, zaman içerisinde stratejik yönetim ve İnsan Kaynakları Yönetimi alanlarında da benimsenmiştir. Eğitim ve Geliştirme bağlamında çeviklik ise öğrenmenin sürekliliğini esas alan, kısa geri bildirim döngülerini kullanan, çalışan deneyimini merkeze alan ve değişen yetkinlik ihtiyaçlarına hızla cevap verebilen öğrenme sistemlerini ifade etmektedir. Böyle bir sistemde eğitim programları yıllık planlarla sınırlı kalmamakta, çalışanlardan, yöneticilerden ve dijital platformlardan elde edilen geri bildirimler doğrultusunda sürekli güncellenmektedir (Rigby et al., 2016).

Çevik öğrenme ekosisteminin merkezinde öğrenme çevikliği (learning agility) bulunmaktadır. Öğrenme çevikliği, bireyin yeni deneyimlerden öğrenebilme, öğrendiklerini farklı durumlara aktarabilme ve belirsizlik karşısında etkili davranış geliştirebilme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (De Meuse, 2017). Dijital çağın hızlı değişim dinamikleri düşünüldüğünde, çalışanların sahip oldukları teknik bilgilerden çok öğrenme çeviklikleri stratejik önem kazanmaktadır. Çünkü teknik bilgi zamanla eskiyebilir, ancak öğrenme çevikliği yüksek olan çalışanlar yeni bilgi ve becerileri daha kısa sürede

kazanarak değişen iş koşullarına uyum sağlayabilmektedir. Bu nedenle çağdaş Eğitim ve Geliştirme sistemlerinin temel çıktılarından biri, çalışanların öğrenme çevikliğini geliştirmek olmalıdır.

Bu yaklaşımın doğal sonucu olarak reskilling ve upskilling uygulamaları Eğitim ve Geliştirme stratejilerinin merkezine yerleşmektedir. Reskilling, alışanların tamamen yeni görev ve roller için ihtiyaç duydukları becerileri kazanmalarını, upskilling mevcut bilgi ve becerilerin daha ileri düzeye taşınmasını ifade etmektedir (WEF, 2023). Özellikle yapay zekâ destekli otomasyonun yaygınlaştığı sektörlerde örgütler için temel strateji, mevcut çalışanları iş gücü piyasasının değişen beklentilerine uygun biçimde yeniden geliştirebilmektir. Bu nedenle İKY Eğitim ve Geliştirme mevcut performansı artıran bir destek mekanizması ve örgütün gelecekte ihtiyaç duyacağı insan sermayesini oluşturan stratejik yatırım alanı olarak değerlendirilmelidir.

Çevik ğrenme anlayışı aynı zamanda öğrenme tasarımı da değiştirmektedir. Geleneksel eğitim sistemleri uzun süreli sınıf eğitimlerine ve standart içeriklere dayanırken, evik ğrenme kısa öğrenme modülleri, mikro öğrenme uygulamaları, proje temelli gelişim çalışmaları, deneyim paylaşım toplulukları, ters yüz öğrenme (flipped learning), diğital simülasyonlar ve yapay zekâ destekli bireysel öğrenme nerileri gibi esnek uygulamaları ön plana çıkarmaktadır (Noe & Kodwani, 2018). Böylece ğrenme faaliyetleri çalışanların günlük iş akışından ayrılan özel etkinlikler olmaktan çıkarak iş süreçlerinin doğal bir parçasına dönüşmektedir.

Bununla birlikte evik ğrenme eğitim yöntemlerinin değişmesini ifade etmemektedir. Aynı zamanda örgüt kültüründe de önemli bir dönüşüm gerektirmektedir. Sürekli ğrenmenin desteklenebilmesi için çalışanların hata yapmaktan çekinmediği, yeni fikirler geliştirebildiği, bilgi paylaşımının teşvik edildiği ve geri bildirimin gelişim amacıyla kullanıldığı bir öğrenme kültürünün oluşturulması gerekmektedir. Edmondson'un (2019) psikolojik güvenlik yaklaşımı bu noktada önemli bir bakış açısı sunmaktadır. Psikolojik güvenliğin yüksek olduğu örgütlerde çalışanlar yeni bilgi edinmeye, farklı yöntemler denemeye ve öğrenme süreçlerine aktif katılım göstermeye daha istekli davranmaktadır. Dolayısıyla evik ğrenme ekosisteminin başarısı teknoloji yatırımlarına değil, öğrenmeyi destekleyen örgütsel iklime de bağlıdır.

Çevik Eğitim ve Geliştirme yaklaşımı ayrıca stratejik iş gücü planlamasıyla doğrudan ilişkilidir. Geleneksel eğitim sistemleri mevcut iş tanımlarına göre planlama yaparken, evik yaklaşım gelecekte ortaya çıkması beklenen meslekler, diğital yetkinlikler ve dönüşen iş modellerini dikkate almaktadır. Bu nedenle Eğitim ve Geliştirme birimleri eğitim düzenleyen operasyonel birimler olduğu kadar geleceğin yetkinlik haritalarını hazırlayan, beceri boşluklarını

analiz eden ve stratejik iş gücü planlamasına veri sağlayan danışmanlık merkezleri olarak da faaliyet göstermektedir. Bu değişim, Eğitim ve Geliştirme profesyonellerinin rolünü önemli ölçüde genişletmektedir.

4. SONUÇ VE KURAMSAL ÇIKARIMLAR

Bu çalışma kapsamında dijital çağda İnsan Kaynakları Yönetimi Eğitim ve Geliştirme fonksiyonunun dönüşümü kuramsal bir perspektiften ele alınmıştır. Tartışma, E&G'nin geleneksel operasyonel eğitim anlayışından stratejik öğrenme ve yetkinlik geliştirme anlayışına doğru evrildiğini göstermektedir. Kaynak Temelli Yaklaşım, Dinamik Yetenekler Yaklaşımı, İnsan Sermayesi Teorisi ve Stratejik İnsan Kaynakları Gelişimi bu dönüşümün stratejik temelini oluştururken, dijital dönüşüm bu yapının işleyiş biçimini yeniden şekillendirmektedir.

Kuramsal çerçevenin ilk temel sonucu, E&G'nin stratejik değerinin mevcut bilgi ve becerileri geliştirmekle sınırlı olmadığıdır. Dijital ekonomide becerilerin hızlı biçimde eskimesi, örgütlerin gelecekte ihtiyaç duyacağı yetkinlikleri öngörmesini ve geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle E&G, insan sermayesinin bugünkü niteliğini koruyan bir fonksiyon olmanın yanında, örgütün gelecekteki yetkinlik kapasitesini oluşturan stratejik bir mekanizma olarak değerlendirilmelidir.

İkinci sonuç, veri temelli E&G'nin öğrenme platformlarından elde edilen göstergelerin raporlanmasına indirgenmemesi gerektiğidir. Öğrenme analitiği ve İK analitiği, ihtiyaçların belirlenmesi, beceri açıklarının görülmesi, öğrenme yatırımlarının değerlendirilmesi ve gelecekteki yetkinlik gereksinimlerinin öngörülmesi için kullanılmalıdır (Marler & Boudreau, 2017; Siemens & Long, 2011). Ancak veri, yönetsel muhakemenin yerine geçmemeli; örgütsel bağlam ve insan değerlendirmesiyle birlikte yorumlanmalıdır.

Üçüncü sonuç, dijital E&G'nin sorumlu yönetim olmadan sürdürülebilir bir yapı oluşturamayacağıdır. Çalışanlara ilişkin öğrenme verilerinin artması, mahremiyet ve veri güvenliği kadar algoritmik adalet, açıklanabilirlik ve güven konularını da önemli hâle getirmektedir. Bu nedenle Responsible HRM ilkeleri, teknoloji uygulandıktan sonra dikkate alınan ek bir etik katman değil, dijital öğrenme sistemlerinin tasarımından itibaren gözetilmesi gereken temel bir yönetim boyutudur (Aust et al., 2020; Strohmeier, 2020).

Dördüncü sonuç, çevik öğrenmenin dijital dönüşümün tamamlayıcı kapasitesi olduğudur. Reskilling, upskilling, öğrenme çevikliği, mikro öğrenme, iş akışı içinde öğrenme ve kısa geri bildirim döngüleri örgütlerin değişen koşullara uyumunu desteklemektedir (De Meuse, 2017; Rigby et al., 2016). Bu nedenle E&G'nin geleceği daha fazla eğitim sunmakla değil, çalışanların yeni

bilgi ve becerileri daha hızlı edinmesini ve uygulamasını sağlayan bir öğrenme sistemi kurmakla ilgilidir.

Bütün bu sonuçlar birlikte ele alındığında veri temelli yönetim, sorumlu yönetim ve çevik öğrenme E&G'nin üç ayrı uygulama alanı değil, birbirini tamamlayan stratejik boyutlarıdır. Veri, neye ihtiyaç duyulduğunu anlamaya; sorumlu yönetim, bu bilginin nasıl kullanılacağını belirlemeye; çevik öğrenme ise belirlenen ihtiyacın hızlı biçimde yetkinliğe dönüştürölmesine hizmet etmektedir. Bu nedenle dijital çağda stratejik E&G, teknoloji, veri, insan ve öğrenme arasındaki ilişkileri birlikte yöneten bütünleşik bir sistem olarak kavramsallaştırılmalıdır.

Bu kuramsal çerçeve gelecekteki ampirik araştırmalar için de bir zemin sunmaktadır. Veri temelli E&G'nin çalışan gelişimi, öğrenme transferi, örgütsel çeviklik ve stratejik performans üzerindeki etkileri nicel ve çok düzeyli tasarımlarla incelenebilir. Benzer biçimde çalışan güveni, veri mahremiyeti ve algoritmik şeffaflığın dijital öğrenme sistemlerinin kabulündeki rolü araştırılabilir. Üretken yapay zekânın E&G süreçlerine etkisi de uzun dönemli araştırmalarla ele alınabilir.

Sonuç olarak dijital çağda E&G'nin stratejik niteliği, kullanılan teknolojilerin gelişmişliğinden çok örgütün öğrenme kapasitesini nasıl yönettiğiyle ilişkilidir. Stratejik E&G; veriyi karar desteğine dönüştüren, çalışan güvenini ve etik ilkeleri koruyan, geleceğin becerilerini öngören ve sürekli öğrenmeyi örgütsel kültürün parçası hâline getiren bir öğrenme mimarisidir. Bu perspektif, E&G'yi geleneksel eğitim faaliyetlerinin ötesine taşıyarak örgütsel değişim ve sürdürülebilir yetkinlik geliştirme süreçlerinin merkezine yerleştirmektedir.

KAYNAKÇA

- Aust, I., Matthews, B., & Muller-Camen, M. (2020). Common good HRM: A paradigm shift in Sustainable HRM? *Human Resource Management Review*, 30(3), 100705.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. University of Chicago Press.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
- Boudreau, J. W., & Ramstad, P. M. (2007). *Beyond HR: The new science of human capital*. Harvard Business School Press.
- Cascio, W. F., & Montealegre, R. (2016). How technology is changing work and organizations. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 349–375.
- Collings, D. G., Wood, G. T., & Szamosi, L. T. (Eds.). (2025). *Human resource management: A critical approach* (3rd ed.). Routledge.
- De Meuse, K. P. (2017). Learning agility: Its evolution as a psychological construct and its empirical relationship to leader success. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 69(4), 267–295.
- Edmondson, A. C. (2019). *The fearless organization: Creating psychological safety in the workplace for learning, innovation, and growth*. Wiley.
- Garavan, T. N., McCarthy, A., & Carbery, R. (2019). An ecosystems perspective on international human resource development: A meta-synthesis of the literature. *Human Resource Development Review*, 18(2), 194–222.
- Garavan, T., Carbery, R., & Rock, A. (2021). Mapping the conceptual contours of strategic human resource development. *Human Resource Development Review*, 20(2), 209–246. <https://doi.org/10.1177/15344843211002347>
- Garavan, T. N., Wang, J., Nolan, C., Lai, Y., & O'Brien, F. (2023). Putting the individual and context back into national human resource development research: A systematic review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 25(3), 560–585.
- Hamlin, B., & Stewart, J. (2011). What is HRD? A definitional review and synthesis of the HRD domain. *Journal of European Industrial Training*, 35(3), 199–220.
- Joiner, B., & Josephs, S. (2007). Leadership agility: Five levels of mastery for anticipating and initiating change. *Leadership Excellence*, 24(5), 11–12.

- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard*. Harvard Business School Press.
- Kirkpatrick, J. D., & Kirkpatrick, W. K. (2016). *Kirkpatrick's four levels of training evaluation*. ATD Press.
- Marler, J. H., & Boudreau, J. W. (2017). An evidence-based review of HR Analytics. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(1), 3–26.
- Noe, R. A., & Kodwani, A. D. (2018). *Employee training and development* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- OECD. (2023). *OECD Employment Outlook 2023*. OECD Publishing.
- Rigby, D. K., Sutherland, J., & Takeuchi, H. (2016). Embracing agile. *Harvard Business Review*, 94(5), 40–50.
- Salas, E., Tannenbaum, S. I., Kraiger, K., & Smith-Jentsch, K. A. (2012). The science of training and development in organizations. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(2), 74–101.
- Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. World Economic Forum.
- Siemens, G., & Long, P. (2011). Penetrating the fog: Analytics in learning and education. *EDUCAUSE Review*, 46(5), 30–40.
- Strohmeier, S. (2020). Digital human resource management: A conceptual clarification. *German Journal of Human Resource Management*, 34(3), 345–365.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Ulrich, D. (1997). *Human resource champions*. Harvard Business School Press.
- Ulrich, D., Younger, J., Brockbank, W., & Ulrich, M. (2012). *HR from the outside in*. McGraw-Hill.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.
- World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. World Economic Forum.
- Wright, P. M., & McMahan, G. C. (1992). Theoretical perspectives for strategic human resource management. *Journal of Management*, 18(2), 295–320.
- Wright, P. M., & Ulrich, D. (2017). A road well travelled: The past, present, and future journey of strategic human resource management. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, 45–65.

2. Bölüm

Dijital Tüketici Sessizliği: Pazarlama Stratejileri Açısından Kuramsal Bir Çerçeve

Arif KIRMIZIKAYA¹

1. Giriş

Dijital platformlar tüketici ile marka arasındaki ilişkiyi köklü biçimde dönüştürdükçe, pazarlama araştırmalarının odağı büyük ölçüde tüketicilerin çevrim içi ortamda neden ve nasıl konuştuğuna yöneldi. Elektronik ağızdan ağıza iletişim, çevrim içi yorumlar, sosyal medya etkileşimleri ve dijital marka toplulukları üzerine oluşan geniş birikim, tüketicinin dijital alandaki sesini pazarlama stratejilerinin merkezine taşıdı (Hennig-Thurau vd., 2004; Cheung ve Thadani, 2012). Ne var ki bu yoğun ilgi, dikkat çekici bir paradoksu gölgede bıraktı: Çevrim içi tüketicilerin ezici çoğunluğu sessizdir. Nielsen'in (2006) ortaya koyduğu ve farklı platform türleriyle kültürel bağlamlarda tutarlı biçimde doğrulanan 90-9-1 kuralı, çevrim içi topluluk kullanıcılarının yaklaşık yüzde doksanın yalnızca izleyici konumunda kaldığını göstermektedir (van Mierlo, 2014; Sun vd., 2014).

Sessizliğin akademik ilgiden yoksun kalması salt bir araştırma boşluğu değil, aynı zamanda epistemolojik bir sorundur. Pazarlama bilgisi, tüketicilerin görünür davranışlarından hareketle çıkarsamalar yapmaya dayandığında, görünmez kalan davranışlar sistematik biçimde dışarıda bırakılmakta ve üretilen bilgi kendi içinde yanlışlanmaktadır. Qualtrics'in (2025) on dört ülkede yirmi bini aşkın tüketiciyle gerçekleştirdiği araştırma, herhangi bir deneyim sonrasında doğrudan geri bildirim veren tüketicilerin oranının yüzde yirmi dokuza gerilediğini ortaya koymuştur. Bu veri, dijital tüketici sessizliğinin bireysel bir tercih olmaktan çıkıp yapısal bir eğilime dönüştüğüne işaret etmektedir.

Bu bölümün amacı, dijital tüketici sessizliğini bağımsız bir tüketici davranışı kategorisi olarak kavramsallaştırmak, ilişkili kavramlarla sınırlarını eleştirel biçimde çizmek, bu davranışın çok boyutlu nedenlerini çözümlemek ve pazarlama stratejileri üzerindeki yansımalarını kuramsal bir çerçevede tartışmaktır. Bölüm, kavramsal çerçeveyle başlamakta; ardından ilişkili kavramlarla karşılaştırmalı bir değerlendirme yapılmakta, sessizliğin belirleyicileri çok boyutlu biçimde analiz

¹ Öğretim Görevlisi Doktor, Avrasya Üniversitesi, E-Ticaret ve Pazarlama Programı,
<https://orcid.org/0000-0002-1445-9643>

edilmekte, pazarlama stratejilerine etkileri irdelenmekte ve sonuç bölümüyle çalışma tamamlanmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

Dijital tüketici sessizliği, bu çalışmada, tüketicilerin çevrim içi platformlarda bir mal, hizmet ya da marka hakkında değerlendirme, yorum, şikâyet veya öneri paylaşmaktan kaçınmaları; marka etkileşimlerine katılmamaları ve dijital ortamda seslerini duyurmama yönünde bilinçli ya da alışkanlık temelli bir tutum sergilemeleri olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım, sessizliği yalın bir eylemsizlik biçimi olarak konumlandırmak yerine, belirli koşullar altında şekillenen ve farklı motivasyonlardan beslenen bir davranışsal sonuç olarak ele almaktadır.

Kavramın sınırlarını doğru çizebilmek için iki temel ayrımın altını çizmek gerekmektedir. Birincisi, dijital ortamın kendine özgü yapısal koşulları (anonimliğin göreceli olması, dijital izlerin kalıcılığı, algoritmik görünürlük mekanizmaları ve platformlar arası veri akışı) sessizliğin motivasyonlarını fiziksel ortamdan farklılaştırmaktadır. İkincisi, sessizlik ile sesin yokluğu arasındaki kavramsal ayrımdır. Noelle-Neumann'ın (1974) sessizlik sarmalı kuramı, bireylerin azınlıkta kaldıklarını algıladıkları konularda görüşlerini bastırdığını ileri sürer. Bu önerme, sessizliğin salt katılımsızlık olmadığını, sosyal bağlamın koşulladığı aktif bir tercih olduğunu vurgular ve dijital ortama uyarlandığında, tüketicilerin platformda hâkim olan kanıdan sapan deneyimlerini neden paylaşmadıklarını kavramak için kritik bir perspektif sunar.

Hirschman'ın (1970) çıkış, ses ve sadakat modeli, tüketicilerin memnuniyetsizlik karşısındaki tepkilerini kavramsallaştıran klasik çerçevelerden biridir. Modele göre tüketiciler, kalite düşüşüyle karşılaştığında ya rakip bir alternatifte yönelir (çıkış) ya da mevcut sağlayıcıya şikâyetlerini iletir (ses); sadakat ise çıkış yerine sesin tercih edilmesini güçlendirir. Bu modelin dijital tüketici sessizliği açısından temel kısıtlılığı, sessizliğin ayrı bir tepki kategorisi olarak yer almamasıdır. Model, tüketicilerin ya çıkış yapacağını ya da sesini yükselteceğini varsayar ne çıkış yapıp ne de ses çıkaran, fakat ilişkiyi sürdüren tüketicileri kavrayamaz. Dijital ortam bu boşluğu derinleştirmektedir. Bir tüketici, bir e-ticaret platformundan memnuniyetsiz olduğunda ne şikâyet etmekte ne de platformu terk etmekte; bunun yerine satın alma sıklığını azaltmakta, alternatif platformlarda paralel aramalar yürütmekte ve kademeli bir geri çekilme sergilemektedir. Bu durum, Hirschman'ın öngöremediği bir ara kategoriyi sessiz erozyonu gündeme getirmektedir.

Örgütsel davranış alanında Morrison ve Milliken (2000), çalışan sessizliğinin örgütsel değişimi engelleyen yapısal bir sorun olduğunu göstermiş; Van Dyne vd. (2003) ise sessizliği razı olunan (pasif kabul), savunmacı (olumsuz sonuçlardan korunma) ve özgeci (başkaları için bastırma) olmak üzere üç boyutta

kavramsallaştırmışlardır. Bu tipolojinin özgün katkısı, sessizliğin farklı motivasyonel köklerden beslenen aktif bir tercih olduğunu ortaya koymasındır. Tipolojinin tüketici bağlamına doğrudan aktarılması güç ilişkileri açısından sınırlılık taşısa da sessizliğin çok boyutlu doğasını kavramsallaştırma çabası, tüketici davranışına uyarlanabilir niteliktedir. Dijital tüketici sessizliği de homojen bir yapıdan uzaktır: memnuniyet kaynaklı bir ilgisizlikten, algılanan risk temelli bilinçli bir geri çekilmeye, stratejik bir mesaj gönderme niyetinden kayıtsız bir kopuşa dek geniş bir yelpazede konumlanabilir.

2.1. Şikâyet Davranışı Literatüründe Sessizliğin Konumu

Tüketici şikâyet davranışı araştırmaları, memnuniyetsizlik sonrası tepkilerin sınıflandırılmasında önemli bir birikim oluşturmuştur. Singh'in (1988) taksonomisi, şikâyet davranışını sesli tepkiler, özel tepkiler ve üçüncü taraf eylemleri olarak sınıflandırır; ancak şikâyet etmeyen tüketicilerin motivasyonlarını yeterince araştırmaz. Fornell ve Wernerfelt (1987), savunmacı pazarlama stratejisi çerçevesinde şikâyet etmeyen memnuniyetsiz müşterilerin doğrudan çıkışa yönelme olasılığına dikkat çekmişlerdir. Bu öngörü dijital ortamda daha da kritik bir anlam kazanmaktadır; çevrim içi platformlarda alternatifler arasındaki geçiş maliyeti düşüktür ve sessiz memnuniyetsizlik herhangi bir uyarı vermeksizin müşteri kaybına dönüşebilir.

Dijital tüketici sessizliğinin şikâyet davranışı literatüründen ayrıştığı temel nokta, kapsamının memnuniyetsizlikle sınırlı olmamasıdır. Sessizlik, memnun tüketicilerin olumlu deneyimlerini paylaşmamasını, nötr tüketicilerin herhangi bir etkileşimden kaçınmasını ve markaya bağlı tüketicilerin bilinçli olarak geri bildirimden imtina etmesini de kapsar. Bu genişlik, kavramı şikâyet davranışının ötesine taşıyarak tüketici katılımı ve dijital etkileşim tartışmalarıyla buluşturur.

2.2. İlişkili Kavramlarla Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme

Sessiz gözetim, çevrim içi topluluk üyelerinin içerik üretmeksizin yalnızca izleme yapmasını tanımlar (Nonnecke ve Preece, 2000). Preece vd. (2004), gözetleyicilerin toplulukta kalma nedenlerini (utangaçlık, karşılıklılık normunun yokluğu, mevcut içeriğin yeterliliği ve teknik engeller) ayrıntılandırmıştır. Dijital tüketici sessizliğiyle örtüşme alanı geniş olmakla birlikte, ayırım nettir: sessiz gözetim topluluk bağlamına özgü bir katılım biçimidir; dijital tüketici sessizliği ise topluluk katılımının ötesinde, bireysel yorum, değerlendirme paylaşımı, şikâyet iletimi ve genel marka etkileşimini kapsayan daha geniş bir çerçeveye sahiptir.

Müşteri katılımı, tüketicilerin markalarla bilişsel, duygusal ve davranışsal düzeylerde kurdukları çok boyutlu etkileşimi ifade eder (Brodie vd., 2011; Pansari ve Kumar, 2017). Kavram doğası gereği aktif eylemi öne çıkarır; oysa sessizlik, her

zaman katılım eksikliğiyle örtüşmez. Bir tüketici bilişsel düzeyde markayla yoğun biçimde ilgilenip ürün karşılaştırmaları yapabilir, ancak bu sürecin hiçbir aşamasında davranışsal bir iz bırakmayabilir. Vivek vd. (2012) satın alma ötesi katılım kavramsallaştırmasıyla doğrudan çelişen bu durum, sessiz tüketicinin satın alma eylemini gerçekleştirmesine karşın satın alma ötesi etkileşimlerden sistematik biçimde geri durduğunu gösterir.

Elektronik ağızdan ağıza iletişim (e-WOM) ile dijital tüketici sessizliği arasındaki ilişki tanımsal düzeyde bir karşıtlık barındırır. Hennig-Thurau vd. (2004) e-WOM'u tüketicilerin dijital ortamlarda deneyim paylaşma eylemi olarak tanımlamışlardır; sessizlik ise bu eylemin gerçekleşmemesini kapsar. Ancak bu karşıtlık yüzeyseldir. Sessiz tüketicilerin deneyimleri ne olumlu ne olumsuz e-WOM olarak görünür hâle geldiğinde, çevrim içi ortamda e-WOM'un dağılımı sistematik biçimde çarpılmakta; yalnızca sesini duyuran azınlığın deneyimlerini yansıtan verilere dayanan pazarlama kararları, tüketici gerçekliğinin yanı sıra bir kesitine dayanmaktadır. Dinev ve Hart'ın (2006) genişletilmiş gizlilik hesabı modeli bu noktada açıklayıcıdır: Tüketicilerin çevrim içi bilgi paylaşım kararları bir fayda-maliyet dengesiyle şekillenir; algılanan faydalar (sosyal tanınma, öz ifade, ekonomik teşvik) algılanan riskleri (veri ihlali, kimlik hırsızlığı, hedefli reklam maruziyeti) aştığında paylaşım gerçekleşir, tersine döndüğünde ise geri çekilme başlar. Son yıllarda veri ihlali skandallarının sıklaşması ve kişisel verilerin ticari kullanımına ilişkin kamuoyu farkındalığının artması, bu denklemin risk tarafını ağırlaştırarak sessizliği yapısal düzeyde beslemektedir.

Tablo 1. *Dijital Tüketici Sessizliği ve İlişkili Kavramların Karşılaştırması*

Kavram	Odak Noktası	Sessizlikle İlişkisi	Temel Ayrım
Müşteri Sesi	Memnuniyet/memnuniyetsizliğin dile getirilmesi	Sessizlik, sesin yokluğudur	Ses aktif eylem gerektirir; sessizlik eyleme geçmeme tercihidir
Şikâyet Davranışı	Memnuniyetsizlik sonrası tüketici tepkileri	Sessizlik, şikâyetin bastırılmış hâli olabilir	Şikâyet memnuniyetsizlik odaklıdır; sessizlik memnun tüketicileri de kapsar
Sessiz Gözetim	Toplulukta içerik üretmeden izleme	Sessizliğin topluluk bağlamındaki biçimidir	Sessizlik daha geniş: yorum, değerlendirme, etkileşim boyutlarını da içerir
Müşteri Katılımı	Çok boyutlu marka etkileşimi	Davranışsal katılımın yokluğudur	Bilişsel katılım sessizliğe karşın sürebilir
e-WOM	Deneyim ve görüş paylaşımı	e-WOM'un üretilmemesidir	e-WOM aktif iletişimdır; sessizlik bilgi boşluğu yaratır

3. Literatür Değerlendirmesi

Dijital tüketici sessizliğiyle doğrudan ilgilenen çalışmalar henüz sınırlı sayıda olsa da, ilişkili alanlardaki birikimler bu olguyu anlamlandırmak için önemli bir zemin oluşturmaktadır. Bu bölümde, sessiz gözetim, çevrim içi katılım eşitsizliği, şikâyet davranışı ve müşteri geri bildirimi literatürleri eleştirel bir perspektifle tartışılmaktadır.

3.1. Sessiz Gözetim ve Çevrim İçi Katılım Eşitsizliği

Çevrim içi topluluklar ve kullanıcı katılımı üzerine yapılan araştırmalar, sessiz çoğunluğun varlığını tutarlı biçimde belgelemiştir. Nonnecke ve Preece (2000), sessiz gözetimi ilk sistematik biçimde ele alan çalışmalardan birinde, bu davranışın topluluk normlarını öğrenme, güven oluşturma ve bilgi toplama gibi rasyonel motivasyonlardan beslendiğini göstermiştir. Sun vd. (2014) çevrim içi topluluklarda sessizliği etkileyen dört faktör kategorisi (çevresel etki, kişisel tercih, birey-grup ilişkisi ve güvenlik kaygısı) tanımlamış; bu sınıflandırma sessizliğin tek bir nedenle açıklanamayacağını ortaya koymuştur. Ancak söz konusu çalışmalar pazarlama bağlamına özgü değişkenler olan marka güveni, ürün kategorisi etkisi, müşteri deneyimi kalitesini yeterince kapsamamaktadır.

Ridings vd. (2006), sessiz gözetimin motivasyonlarını daha ince bir ayrıntıyla çözümleyerek, davranışın hem bireysel ihtiyaçlardan hem topluluk dinamiklerinden beslendiğini ortaya koymuştur. Ne var ki bu çalışmaların büyük bölümü forum ve tartışma grupları bağlamında gerçekleştirilmiştir; sosyal medya, e-ticaret siteleri ve uygulama mağazaları gibi farklı dijital ekosistemlerdeki sessizlik dinamikleri henüz yeterince aydınlatılmamıştır. De Valck vd. (2009) sanal toplulukları pazarlama perspektifinden incelerken, topluluk normlarının bireysel katılım davranışını güçlü biçimde koşulladığını göstermiş; bu bulgu, sessizliğin yalnızca bireysel bir tercih olmayıp sosyal yapının ürünü olduğuna dair kuramsal bir temel oluşturmuştur.

3.2. Gizlilik, Güven ve Dijital Geri Çekilme

Pazarlama bağlamında sessizlik, daha çok müşteri geri bildirimi eksikliği olarak ele alınmıştır. Wirtz ve Tomlin (2000), memnun müşterilerin geri bildirim paylaşma eğiliminin memnuniyetsiz müşterilere kıyasla düşük olduğunu saptamış; bu bulgu, olumlu deneyimlerin dijital ortamda görünür hâle gelmesinin önündeki yapısal engellere işaret etmiştir. Yakın dönem verileri durumun derinleştiğini göstermektedir: Qualtrics'in (2025) araştırmasına göre, geri bildirim oranlarındaki düşüş yapısal bir eğilim olarak güçlenmektedir.

Ortiz vd. (2018), gizlilik kaygılarının sessiz gözetim davranışını doğrudan beslediğini; tüketicilerin kişisel verilerinin korunmasına ilişkin endişeleri arttıkça

çevrim içi etkileşimden sistematik biçimde geri çekildiklerini tespit etmiştir. Zanini vd. (2023) ise dijital platformlardaki tüketici geri çekilme olgusunu daha geniş bir çerçevede incelemiş; bu davranışın yalnızca bireysel psikolojik faktörlerle değil, platform tasarımı ve veri politikalarıyla da yakından ilişkili olduğunu ileri sürmüştür. Bu çalışmalar, dijital tüketici sessizliğini tek bir kuramsal perspektifle açıklamanın yetersiz kalacağına ve bütünlük bir yaklaşımın zorunluluğuna işaret etmektedir. Ajzen'in (1991) planlı davranış kuramı bu noktada tamamlayıcı bir bakış sunar: Davranışsal niyet, tutum (geri bildirim paylaşmanın algılanan değeri), öznel norm (çevredekilerin beklentileri) ve algılanan davranışsal kontrol (geri bildirim paylaşma kapasitesine duyulan güven) aracılığıyla şekillenir. Sessizlik, bu üç bileşenden herhangi birinin olumsuz yönde ağırlaşmasıyla ortaya çıkabilir.

4. Dijital Tüketici Sessizliğinin Belirleyicileri

Dijital tüketici sessizliği tek bir faktörle açıklanabilecek doğrusal bir olgu olmayıp bireysel, psikolojik, sosyal ve teknolojik boyutların karşılıklı etkileşimiyle şekillenen karmaşık bir davranışsal örüntüdür. Bu bölümde sessizliğin belirleyicileri üç analitik kategori altında çözümlenmekte ve kategoriler arası etkileşimler tartışılmaktadır.

4.1. Bireysel ve Psikolojik Belirleyiciler

Algılanan risk, sessizliğin en temel bireysel öncüllerinden birini oluşturmaktadır. Tüketiciler, çevrim içi yorum ya da değerlendirme paylaşmanın kişisel verilerin ifşası, kimlik hırsızlığı ya da hedefli reklamlara maruz kalma gibi somut riskler barındırdığını algıladığında sessiz kalmayı tercih edebilmektedir. Dinev ve Hart (2006), bu kararın bir fayda-maliyet analizi çerçevesinde biçimlendiğini ve algılanan riskin bu denklemde belirleyici bir ağırlık taşıdığını göstermiştir. Ortiz vd. (2018) ise gizlilik kaygısının sessiz gözetim davranışını doğrudan beslediğini saptamıştır.

Sosyal değerlendirilme kaygısı, tüketicilerin çevrim içi paylaşımlarının geniş ve potansiyel olarak sınırsız bir kitle tarafından yargılanacağı endişesiyle sessiz kalmasına yol açan güçlü bir psikolojik mekanizmadır. Noelle-Neumann'ın (1974) sessizlik sarmalı kuramı bu mekanizmayı kuramsal düzeyde açıklar: Birey, azınlıkta kaldığını algıladığı bir görüşü dile getirmekten kaçınır. Dijital ortamda hâkim olan genel kanıdan sapan bir deneyimi paylaşmak, tüketiciyi benzer bir baskıya maruz bırakabilir. Öğrenilmiş çaresizlik (Seligman, 1975) ise sessizliğin kronifikasyonunu açıklayan tamamlayıcı bir çerçeve sunar: Geri bildirim daha önce dikkate alınmamış ya da şikâyetine yanıt alamamış

tüketiciler, yeniden sesini yükseltme güdüsünü yitirir; bu durum özellikle büyük platformlarda yapısal bir sessizlik döngüsünün oluşmasına zemin hazırlayabilir.

Yorum yazma motivasyonunun düşüklüğü ve zaman maliyeti algısı da göz ardı edilemeyecek belirleyicilerdir. Hennig-Thurau vd. (2004), çevrim içi yorum yazma motivasyonlarını çözümlerken öz ifade, sosyal fayda, ekonomik teşvik ve olumsuz duyguları boşaltma gibi güdülerin etkili olduğunu saptamıştır. Bu motivasyonların yokluğunda, yorum yazmanın gerektirdiği bilişsel ve zamansal çabayı haklı kılacak bir gerekçe ortadan kalkmaktadır. Özellikle orta düzey memnuniyet yaşayan tüketicilerde deneyimi paylaşmaya değer bulma eğilimi en düşük noktaya inmekte; bu durum çevrim içi değerlendirmelerin gerçek memnuniyet dağılımını sistematik biçimde çarpıtmaktadır.

4.2. Sosyal ve Topluluk Temelli Belirleyiciler

Çevrim içi topluluk normları, sessizlik kararını biçimlendiren sosyal düzeydeki belirleyicilerin başında gelmektedir. Bir platformda yalnızca belirli profildeki kullanıcıların aktif olduğu algısı oluştuğunda, yeni ya da farklı profildeki kullanıcıların sessizliği pekişmektedir. Buna ek olarak, çevrim içi ortamda olumsuz yorum yapmanın topluluk tarafından cezalandırılma riski (aşağılanma, trol damgası yeme, dışlanma) tüketicileri sessiz kalmaya iten güçlü bir sosyal baskı mekanizması oluşturur.

Memnuniyet düzeyi ile sessizlik arasındaki ilişki doğrusal olmaktan çok kavisli bir yapı sergilemektedir. Aşırı memnun ya da aşırı memnuniyetsiz tüketiciler geri bildirim paylaşmaya daha yatkınken, orta düzeyde tatmin yaşayanlar deneyimlerini paylaşmaya değer bulmamaktadır. Wirtz ve Tomlin (2000) de memnun müşterilerin geri bildirim paylaşma eğiliminin düşük olduğunu saptayarak olumlu deneyimlerin çevrim içi görünürlüğünün yapısal olarak kısıtlı olduğuna işaret etmiştir. Bu durum, çevrim içi değerlendirmelerin J-biçimli dağılımını açıklayan önemli bir mekanizmadır ve pazarlama kararlarının yanlı verilere dayanma riskini artırır.

4.3. Teknolojik ve Platform Kaynaklı Belirleyiciler

Dijital yorgunluk, tüketicilerin sürekli çevrim içi uyaranlara maruz kalmaları sonucu yaşadıkları bilişsel ve duygusal tükenme durumudur. Aşırı bildirim, e-posta bombardımanı, kişiselleştirilmiş reklamlar ve platform iletişimi tüketicilerin genel dijital etkileşim motivasyonunu aşındırmakta; geri bildirim paylaşımı da bu aşınmadan olumsuz etkilenmektedir. Deloitte'un (2025) Bağlı tüketici araştırması, çevrim içi hizmetlerden elde edilen faydanın gizlilik kaygılarından ağır bastığını düşünen tüketicilerin oranının altı yılın en düşük düzeyine gerilediğini göstermiştir; bu bulgu, dijital yorgunluğun gizlilik

kaygısıyla birleşerek sessizliği yapısal düzeyde derinleştirdiğini düşündürmektedir.

Platform güveni sessizliğin teknolojik boyutunda merkezi bir yer tutmaktadır. Tüketicilerin bir platformun verilerini nasıl işlediğine, yorumların manipüle edilip edilmediğine ya da şikâyetlerin gerçekten dikkate alınıp alınmadığına ilişkin şüpheleri, sesini yükseltme eğilimini doğrudan zayıflatır. Sahte yorum skandalları, bot hesaplarla şişirilmiş değerlendirme puanları ve algoritmik filtreleme mekanizmaları, güveni aşındıran yapısal sorunlardır. Zanini vd. (2023), tüketici geri çekilmesinin platform tasarımı ve veri politikalarıyla yakından ilişkili olduğunu ortaya koyarak sessizliğin tekno-yapısal boyutuna dikkat çekmiştir. Arayüz karmaşıklığı, zorunlu hesap oluşturma gereklilikleri ve kullanıcı dostu olmayan yorum formları da sessizliği teknik düzeyde besleyen unsurlardır.

Bu üç belirleyici kategorisi birbirinden bağımsız işlememektedir. Dijital yorgunluk gizlilik kaygısını artırabilir; düşük platform güveni öğrenilmiş çaresizliği pekiştirebilir. Topluluk normlarının baskısı sosyal değerlendirilme kaygısını besleyebilir. Bu etkileşimsel yapı, sessizliğin tek bir kuramsal perspektifle kavranamayacağını ve bütünleşik bir yaklaşımın zorunluluğunu ortaya koymaktadır.

5. Dijital Tüketici Sessizliğinin Pazarlama Stratejileri Üzerindeki Etkileri

Dijital tüketici sessizliği, pazarlama stratejilerinin birden çok alanında doğrudan ve dolaylı etkiler yaratmaktadır. Bu bölümde sessizliğin bilgi asimetrisi, marka güveni, müşteri ilişkileri yönetimi ve marka sadakati üzerindeki yansımaları tartışılmaktadır.

5.1. Bilgi Asimetrisi ve Müşteri İlgörüsü Kaybı

Sessizliğin pazarlama stratejileri üzerindeki en temel etkisi, işletmeler ile tüketiciler arasında bir bilgi asimetrisi oluşturmastır. Müşteri geri bildirimi, ürün geliştirme, hizmet iyileştirme ve stratejik yönelim kararlarının vazgeçilmez girdisidir. Dijital ortam, geri bildirim toplama maliyetini düşürmüş ve hızını artırmış olsa da katılım oranlarının düşüklüğü bu potansiyelin tam olarak gerçekleşmesini engellemektedir. Lemon ve Verhoef (2016), müşteri deneyiminin yönetiminin tüketicinin markayla temas ettiği tüm noktalardaki algıları kavramayı gerektirdiğini vurgularken, sessiz tüketicilerin bu algılarının ölçüme dâhil edilmemesi deneyim yönetiminin en kritik kör noktasını oluşturmaktadır. Carbonell ve Rodriguez-Escudero (2016), geri bildirim eksikliğinin işletmelerin yenilik kapasitesini doğrudan zayıflatıldığını belirlemiştir. Parasuraman vd. (1988) SERVQUAL modelinde hizmet kalitesi müşteri

beklentileri ile algıları arasındaki fark üzerinden ölçülür; ancak sessiz tüketicilerin algıları ölçüme dâhil edilmediğinde, elde edilen kalite puanları sistematik biçimde yanlış olmaktadır.

5.2. Marka Güveni ve e-WOM Dengesizliği

Marka güveni, tüketicinin bir markanın vaatlerini yerine getireceğine ve kendi çıkarları doğrultusunda hareket edeceğine dair inancıdır (Chaudhuri ve Holbrook, 2001). Sessiz tüketicilerin güven düzeylerini doğrudan ölçmek tanımı gereği güçtür. Bununla birlikte sessizlik ile güven arasındaki ilişki iki yönlü işlemektedir: Düşük güven geri bildirim paylaşma isteğini azaltarak sessizliğe yol açabilir; sessiz tüketicilerin görünmez kalması ise markaların güven algısını yanlış ölçmesine neden olur. Cheung ve Thadani (2012), e-WOM'un tüketici karar süreçleri üzerindeki etkisini incelerken, bu etkinin e-WOM'un fiilen üretilmesine bağlı olduğunu vurgulamıştır. Sessiz tüketiciler e-WOM ağından dışarıda kaldığında, çevrim içi ortamda olumsuz yorumların oransal ağırlığı artmakta; olumlu deneyimlerin paylaşılması markanın dijital itibarında bir erozyona neden olmaktadır.

5.3. CRM Sistemleri ve Veri Temelli Karar Alma

Modern CRM sistemleri müşteri verilerinin toplanması, analiz edilmesi ve stratejik kararlara dönüştürülmesi üzerine kuruludur. Dijital tüketici sessizliği, bu sistemlerin en değerli veri kaynaklarından birini doğrudan müşteri sesini kurutmaktadır. Sessiz tüketiciler, CRM veri tabanlarında davranışsal verileri (satın alma geçmişi, site gezinme süreleri) üzerinden görünür olsalar da tutumsal ve duygusal verileri (memnuniyet, güven, bağlılık) açısından karanlık bir alan oluşturmaktadır. Malthouse vd. (2013), sosyal medya çağında müşteri ilişkilerinin yönetimini ele alırken tüketici verilerinin bütünlüğünün stratejik kararların kalitesini doğrudan belirlediğini vurgulamıştır. Kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri, tüketicilerin tercih ve algılarını yansıtan zengin veriye bağımlıdır; sessiz tüketicilerin tercihleri yalnızca işlemsel verilerden çıkarıldığında, sonuç eksik ve potansiyel olarak yanıltıcı bir profillemeye dönüşür.

5.4. Sessiz Kayıp ve Marka Sadakati Paradoksu

Oliver'ın (1999) dört aşamalı sadakat modelinde en üst düzey sadakat, tekrar satın alma eylemiyle birlikte duygusal bağlılığı ve direnci de kapsar. Sessiz tüketicilerin eylemsel verilerine ulaşmak mümkünken, duygusal ve bilişsel sadakat boyutlarını anlamak doğrudan tüketici ifadesine erişimi gerektirir. Bir tüketici belirli bir markadan düzenli biçimde satın alım yapıyor ancak hiçbir

çevrim içi etkileşimde bulunmuyorsa, bu tüketicinin sadakati gerçek bir bağlılıktan mı yoksa alternatifsizlikten mi kaynaklanmaktadır? Sessiz kayıp bu paradoksun en kritik yansımasıdır: Memnuniyetsiz ancak sessiz kalan bir tüketici herhangi bir uyarı işareti vermeksizin markadan ayrılabilir. Geleneksel müşteri kayıp modelleri şikâyet sıklığı, etkileşim düşüşü ya da olumsuz geri bildirim gibi öncü göstergelere dayandığından sessiz tüketicilerin kayıp sinyalleri tespit edilemez. Bu durum, pazarlama yöneticileri açısından öngörülemeyen ve bu nedenle yönetilemeyen bir erozyon anlamına gelmektedir.

6. Sonuç

Bu bölüm, dijital pazarlama ortamının en yaygın ancak en az anlaşılan tüketici davranışlarından birini olan dijital tüketici sessizliğini bağımsız bir kuramsal kategori olarak kavramsallaştırmaya yönelik bütüncül bir girişim olarak tasarlanmıştır. Çalışmanın temel argümanı, sessizliğin basit bir eylemsizlik ya da ilgisizlik olmadığı, bireysel, psikolojik, sosyal ve teknolojik faktörlerin karmaşık etkileşiminden doğan, farklı motivasyonel köklere sahip alt boyutları olan ve pazarlama stratejileri üzerinde somut etkileri bulunan anlamlı bir tüketici davranışı olduğudur.

Çalışmanın kuramsal katkısı birkaç katmanda somutlaşmaktadır. İlk olarak Hirschman'ın (1970) çıkış-ses-sadakat çerçevesinden hareketle, ancak onu aşarak, sessizliğin bu modeldeki kavramsal boşluğu doldurduğu gösterilmiştir. İkinci olarak, örgütsel sessizlik kuramının (Morrison ve Milliken, 2000; Van Dyne vd., 2003) tüketici bağlamına uyarlanmasıyla razı olunan, savunmacı, ilgisizlik temelli ve stratejik sessizlik olmak üzere dört boyutlu bir tipoloji önerilmiştir. Bu boyutlardan stratejik sessizlik (tüketicinin bilinçli olarak geri bildirim vermeyerek markaya dolaylı bir mesaj göndermesi) örgütsel sessizlik tiplerinde doğrudan karşılığı bulunmayan, tüketici bağlamına özgü bir katkıdır. Üçüncü olarak, sessizlik sarmalı kuramı (Noelle-Neumann, 1974), gizlilik hesabı modeli (Dinev ve Hart, 2006) ve planlı davranış kuramı (Ajzen, 1991) gibi farklı disiplinlerden perspektifler, dijital tüketici sessizliğinin anlaşılmasında sentezlenmiştir. Literatüre sağlanan özgün değer, sessizliği tüketici davranışı araştırmalarının kenarından merkezine taşıma girişimindedir. Sesin yokluğunun da en az ses kadar bilgi taşıdığını, bu bilginin stratejik açıdan göz ardı edilemeyeceğini ortaya koymaktadır.

Uygulamacılar açısından çıkarımlar da göz ardı edilemez. Sessizliğin oluşturduğu stratejik risklerin başında müşteri içgörüsü kaybı gelmektedir: Ürün geliştirme, hizmet tasarımı ve iletişim stratejileri, yalnızca sesini duyuran azınlığın geri bildirimlerine dayandığında çoğunluğun ihtiyaçları göz ardı edilmektedir. Şikâyet yokluğunun memnuniyet göstergesi olarak yorumlanması

kritik bir yönetsel yanılgıdır; sessiz tüketici, memnun olmayan ancak sesini yükseltmeyen bir kesimi temsil edebilir. İşletmelerin sessiz tüketicileri homojen bir kütle olarak değil, sessizlik boyutlarına göre farklılaştırılmış stratejilerle ele alması gerekmektedir. Rız olunan sessizlik için mikro geri bildirim araçları (tek tıklama değerlendirme, emoji tabanlı tepki mekanizmaları), savunmacı sessizlik için şeffaf veri politikaları ve anonim geri bildirim kanalları, ilgisizlik sessizliği için yeniden etkileşim kampanyaları ve kişiselleştirilmiş iletişim, stratejik sessizlik için ise doğrudan iletişim kanalları ve sorun çözme odaklı proaktif temas önerilmektedir. Bu stratejik yaklaşımların etkinliği, sessizliğin doğru tanımlanmasına bağlıdır; işletmelerin davranışsal verileri (gezinme süreleri, tıklama örüntüleri, iade oranları, sepete ekleme ancak satın almama gibi) dolaylı bir müşteri sesi kaynağı olarak değerlendirmesi, sessiz tüketicilerin segmentasyonunda belirleyici olacaktır.

Tablo 2. Sessizlik Boyutlarının Karakteristik Özellikleri ve Stratejik Müdahale Yaklaşımları

Boyut	Motivasyon	Beklenen Öncüller	Pazarlama Etkisi	Önerilen Strateji
Rız olunan	Mevcut durumun kabulü	Orta düzey memnuniyet, düşük beklentiler	Olumlu deneyimlerin görünmezliği	Mikro geri bildirim araçları
Savunmacı	Risk ve kaygıdan korunma	Gizlilik kaygısı, veri güvenliği, sosyal değerlendirilme	Güven erozyonu, ilişki kopuşu	Şeffaf veri politikaları, anonim kanallar
İlgisizlik	Duygusal bağın zayıflaması	Dijital yorgunluk, düşük katılım isteği	Sessiz kayıp, düşük tekrar satın alma	Yeniden etkileşim, değer hatırlatma
Stratejik	Bilinçli mesaj gönderme	Öğrenilmiş çaresizlik, güven kaybı	İlişki sorgulaması, potansiyel çıkış	Proaktif temas, sorun çözme odaklı iletişim

Bu çalışmanın sınırlılıkları da belirtilmelidir. Kavramsal düzeyde kalan bu bölüm, önerdiği tipolojiyi ve kuramsal çerçeveyi ampirik sınamadan geçirmemiştir. Önerilen sessizlik boyutlarının operasyonel tanımları, ölçüm araçları ve boyutlar arası ilişkilerin doğrulanması, gelecekteki araştırmaların öncelikli gündem maddelerini oluşturmaktadır. Ayrıca kültürel bağlamın sessizlik motivasyonları üzerindeki etkisi bu çalışmanın kapsamı dışında kalmıştır; Hofstede'nin (1980) kültürel boyutları çerçevesinde, yüksek güç mesafeli ya da kolektivist toplumlarda sessizliğin bireyci toplumlardakinden

farklı motivasyonlarla şekillenip şekillenmediği, karşılaştırmalı çalışmalarla ele alınması gereken bir boyuttur.

Gelecekteki araştırmalar için somut yönelimler de bu çalışmadan türetilir. İlk sırada geçerli ve güvenilir bir dijital tüketici sessizliği ölçeğinin geliştirilmesi yer almaktadır; bu ölçek sessizliğin alt boyutlarını ayırtmaya, farklı ürün kategorileri ve platform türleri arasındaki farklılaşmaları tespit etmeye olanak sağlamalıdır. Sessizliğin zamansal dinamikleri boylamsal araştırma tasarımlarıyla incelenmelidir; kesitsel çalışmalar sessizliğin belirli bir andaki düzeyini ölçebilir, ancak hangi koşullarda derinleştiğini, kırıldığını ya da boyut değiştirdiğini anlamak için panele dayalı veri toplama yöntemleri gerekmektedir. Yapay zekâ ve algoritmik karar alma süreçlerinin sessizlik üzerindeki etkisi de araştırılmaya değerdir; platformların algoritmik kürasyonunun sessiz tüketicileri görünmez kılarak bu sessizliği daha da derinleştirip derinleştirmede, yanıtlanmayı bekleyen bir sorudur. Son olarak, sessiz kayıp kavramının operasyonel bir ölçümle tanımlanması ve müşteri yaşam boyu değeri hesaplamalarına dâhil edilmesi, bu alandaki araştırmaların uygulamacılara sunacağı değeri artıracaktır. Nitel araştırma yöntemlerinin, özellikle derinlemesine görüşmeler, fenomenolojik çözümlemeler ve netnografik yaklaşımların, sessizliğin öznel deneyimini anlamada ve nicel araştırmaların ortaya koymakta yetersiz kalabileceği anlam katmanlarını açığa çıkarmada önemli bir tamamlayıcı rol üstleneceği değerlendirilmektedir.

Pazarlama disiplini, uzun süredir tüketicinin sesine odaklanarak önemli mesafeler kat etmiştir. Tüketicinin sessizliğine de aynı düzeyde kuramsal ilgi gösterilmesi, dijital pazarlama ortamında hem kuramsal ilerleme hem de rekabetçi üstünlük için kritik bir araştırma gündemi oluşturmaktadır.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252–271. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>
- Carbonell, P., & Rodriguez-Escudero, A. I. (2016). The effects of customer participation and its resources on innovation performance in a B2B setting. *Journal of Product Innovation Management*, 33(S1), 72–89. <https://doi.org/10.1111/jpim.12378>
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.06.008>
- De Valck, K., Van Bruggen, G. H., & Wierenga, B. (2009). Virtual communities: A marketing perspective. *Decision Support Systems*, 47(3), 185–203. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2009.02.008>
- Deloitte. (2025). *Connected consumer survey 2025*. Deloitte Insights.
- Dinev, T., & Hart, P. (2006). An extended privacy calculus model for e-commerce transactions. *Information Systems Research*, 17(1), 61–80. <https://doi.org/10.1287/isre.1060.0080>
- Fornell, C., & Wernerfelt, B. (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management: A theoretical analysis. *Journal of Marketing Research*, 24(4), 337–346. <https://doi.org/10.1177/002224378702400401>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Hirschman, A. O. (1970). *Exit, voice, and loyalty: Responses to decline in firms, organizations, and states*. Harvard University Press.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Sage Publications.

- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Malthouse, E. C., Haenlein, M., Skiera, B., Wege, E., & Zhang, M. (2013). Managing customer relationships in the social media era: Introducing the social CRM house. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 270–280. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.09.008>
- Morrison, E. W., & Milliken, F. J. (2000). Organizational silence: A barrier to change and development in a pluralistic world. *Academy of Management Review*, 25(4), 706–725. <https://doi.org/10.5465/AMR.2000.3707697>
- Nielsen, J. (2006). *Participation inequality: The 90-9-1 rule for social features*. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Nonnecke, B., & Preece, J. (2000). Lurker demographics: Counting the silent. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '00)* (pp. 73–80). ACM. <https://doi.org/10.1145/332040.332409>
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44. <https://doi.org/10.1177/00222429990634S105>
- Ortiz, J., Chih, W.-H., & Tsai, F. S. (2018). Information privacy, consumer alienation, and lurking behavior in social networking sites. *Industrial Management & Data Systems*, 118(7), 1475–1492. <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2017-0479>
- Pansari, A., & Kumar, V. (2017). Customer engagement: The construct, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(3), 294–311. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0485-6>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Preece, J., Nonnecke, B., & Andrews, D. (2004). The top five reasons for lurking: Improving community experiences for everyone. *Computers in Human Behavior*, 20(2), 201–223. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2003.10.015>
- Qualtrics. (2025). *2026 consumer experience trends report*. Qualtrics XM Institute.
- Ridings, C. M., Gefen, D., & Arinze, B. (2006). Psychological barriers: Lurker and poster motivation and behavior in online communities.

- Communications of the Association for Information Systems*, 18, 329–354.
<https://doi.org/10.17705/1CAIS.01816>
- Seligman, M. E. P. (1975). *Helplessness: On depression, development, and death*. W. H. Freeman.
- Singh, J. (1988). Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomical issues. *Journal of Marketing*, 52(1), 93–107.
<https://doi.org/10.1177/002224298805200108>
- Sun, N., Rau, P. P.-L., & Ma, L. (2014). Understanding lurkers in online communities: A literature review. *Computers in Human Behavior*, 38, 110–117. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.022>
- Van Dyne, L., Ang, S., & Botero, I. C. (2003). Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs. *Journal of Management Studies*, 40(6), 1359–1392. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00384>
- van Mierlo, T. (2014). The 1% rule in four digital health social networks: An observational study. *Journal of Medical Internet Research*, 16(2), Article e33. <https://doi.org/10.2196/jmir.2966>
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer engagement: Exploring customer relationships beyond purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 122–146. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679200201>
- Wirtz, J., & Tomlin, M. (2000). Institutionalising customer-driven learning through fully integrated customer feedback systems. *Managing Service Quality*, 10(4), 205–215. <https://doi.org/10.1108/09604520010341654>
- Zanini, M. T., Carbone de Moraes, F., Lima, V., Figueiredo, C., & Migueles, C. (2023). Consumer retreat from digital platforms: A conceptual exploration. *Journal of Marketing Management*, 39(3–4), 286–312.
<https://doi.org/10.1080/0267257X.2022.2105386>

3. Bölüm

Küresel Reklam Stratejilerinde Uyum ve İletişim Riskleri: Standardizasyon-Adaptasyon

Ateş BAYAZIT¹, Hatice Sıla EROĞUL²

ÖZET

Bu çalışmada, küresel markaların Türkiye pazarı için yayınladıkları reklamlar incelenerek, küreselleşmenin markalar üzerinde reklam stratejileri kapsamında yaratmış olduğu kararsızlığı, standardizasyon ve adaptasyon stratejilerini ne şekilde kullandıklarını araştırılmıştır. Çalışma sonucunda hem kültür etkisinin reklam kampanyaları üzerinde etkili olduğu hem de standardizasyonun her koşulda başarı getirmeyeceği sonucuna ulaşılmıştır. Başarılı olarak nitelendirilen reklam kampanyalarında ise “Glokal” reklam stratejisinin uygulandığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Küresel Marka, Reklam Stratejileri, İletişim Riskleri, Kültürel Uyum

¹ Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, Orchid No: 0000-0002-5467-9288. atesbayazit@hbv.edu.tr

² Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Finansman Programı Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, Orchid No: 0009-0005-0454-8369. erogul.haticesila@ogr.hbv.edu.t

1. GİRİŞ

Günümüz dünyasında iletişimin ilerlemesi, teknolojinin gelişmesi, sosyal ağların daha kolay kurulması ile bunun sonucu olarak ortaya çıkan küreselleşme kavramı, sadece sınırların azalması olarak değil, ekonomik, sosyal, kültürel, siyasi anlamda pek çok kavramı da içerisinde barındırmaktadır. Küreselleşme ülkeler arasındaki uzak mesafelerin önemini kaybederek, milletlerin ve bireylerin birbirlerine yakınlaşması; aralarında ekonomik ve sosyal etkileşimin oluşma sürecidir (Kıvılcım, 2013).

Küreselleşmenin yarattığı artan rekabet ile birlikte küresel marka yaratma olgusu işletmeler açısından neredeyse zorunluluk haline gelmiştir. Küresel markayı sadece uluslararası pazarda faaliyet gösteren bir marka olarak tanımlamak eksik kalacaktır.

Küresel marka, uluslararası düzeyde marka ve pazarlama stratejileri doğrultusunda vermiş olduğu kararların benzerlik gösterdiği, küresel pazarlarda bulunan tüketiciler üzerinde aynı algıyı yaratan ve satış, kar gibi faktörlerin coğrafik dağılımlarını sayısal veriler ile doğrulandığı markalardır (Karataş & Altunışık, 2016).

Küresel markaların faaliyet gösterdiği tüm pazarlarda, marka bileşenlerini özellikle marka logosu ve marka ismini aynı zamanda da pazarlama stratejilerini büyük ölçüde benzer ve tüketici zihninde aynı algıyı yaratacak şekilde oluşturması beklenmektedir.

Standardizasyon yaklaşımı bu olguyu desteklemekle beraber aynı ürünü aynı tutundurma ile farklı pazarlarda faaliyet göstermesi gerektiğini söylemektedir. Standartlaşma stratejisi işletmeler önemli ölçek ekonomileri yaratmaktadır. Ancak yerel pazarlarda standardizasyon stratejisinin önünde duran en büyük engel kültürdür. Tüketiciler kültürünü terk etmek istememekle beraber, küresel markaların ürünlerine de ilgi duymaktadır. Bu durum, küresel markaları büyük bir ikileme sokmaktadır. Standardizasyonun getirmiş olduğu maliyet avantajları, verimlilik gibi durumlar ile adaptasyonun getirmiş olduğu yerel pazar kültürel uyum ikilemi.

Standardizasyon, uluslararası pazarda tek tip pazarlama stratejileri uygulanmasını anlamına gelmektedir (Theodosiou & Leonidou, 2003). Adaptasyon ise, küresel pazarda bulunan ürünü veya hizmeti hedef pazarın kültürüne uygun şekilde uyarlanmasıdır. Ayrıca, yerel çekicilik geliştirme ve hedef pazar özgü ihtiyaçları karşılama sürecidir.

Reklam stratejisi, işletmelerin ürün ve hizmetlerini hedef müşterilere ulaştırmak için kullanılan etkili bir araçtır. Reklam stratejisi, kapsamında faaliyet görecekt olan reklam masajlarında, standartlaşma, adaptasyon ve bu iki yaklaşımı

da içerisine barındıran küreselleşme stratejilerinin kullanımı içeren varsayımlar bütünüdür (Bayraktar, 2023).

1.1. Çalışmanın Amacı ve nemi

Bu çalışmanın temel amacı, küresel markaların reklam stratejilerini belirlerken adaptasyon ve standardizasyon ikilemini ne şekilde dengede tuttuğunu ortaya koymaktır. Ayrıca çalışmada mevcut literatür kapsamında elde edilen sentezler doğrultusunda, Türkiye pazarında bulunan küresel bazı markaların somut reklam kampanyalarından yararlanılarak temel çıkarımlarda da bulunmaktadır. Çalışma, farklı kültürel unsurların reklamlar hususundaki mesaj kaymalarını analiz ederek, standardizasyon ve adaptasyon stratejileri kapsamında bulunan kavramsal sentez ile literatüre teorik katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Bu amaç çerçevesinde temel olarak şu sorulara yanıt aramaktadır:

- Küresel markalar reklam stratejileri bağlamında hangi temel yaklaşımları benimsemektedir?
- Küresel kodlar, küresel markaların iletişim stratejilerinde ne tür bir durum yaratmaktadır?
- Türkiye pazarında faaliyet gösteren küresel markalar, hangi başarılı ve başarısız örnekleri göstermektedir?

1.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Çalışma kapsamında küreselleşmenin küresel reklam stratejileri üzerindeki etkileri, kültürel adaptasyonun bu durum üzerindeki rolü ve küresel markaların ne şekilde bu duruma adapte olduğu ile ilgili kavramsal bir ereve sunulmaktadır. Bu husus Türkiye pazarında bulunan hedef kitle için yapılmış reklam stratejileri üzerinden örneklendirilmiştir.

Bu alışma küresel reklam stratejileri kapsamında iletişim riskleri ve kullanılan stratejiler bağlamında teorik bir ereve sunmaktadır. Çalışmanın metodolojik kapsamı ikincil veri kaynaklarından oluşturulmuştur. Bu bağlamda, araştırma sonuçları tüketicilerin birincil görüşlerini kısıtlamaktadır. Çalışma kapsamında araştırılan küresel markaların yaşamış oldukları iletişim riskleri ve başarılı rnekler Türkiye pazarı üzerinden örneklendirilmiştir. Bu ıkarımlar doğrultusunda, yabancı pazarlar çerçevesinde doğrudan geçerliliğini kısıtlamaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Küresel Marka

İşletmeler için marka kavramı rakiplerden bileşenleri ile ayrışmaya yarayan, ürünlerine değer katan bir unsurdur. Küreselleşmenin gelişimi ile birlikte

markaların uluslararası etkileşimleri artmış ve küresel marka kavramı ortaya çıkmıştır.

Uluslararası düzeyde bulunabilirliği yüksek olan ve faaliyet gösterdiği tüm pazarlarda standartlık izleyen, temel özelliklerini koruyan markalara küresel markalar denir (Dimofte vd., 2008).

Steenkamp vd. (2003:54)'a göre, Markanın küresel marka statüsün de olabilmesi için; uluslararası düzeyde faaliyet gösteriyor olması aynı zamanda müşteri ve potansiyel müşterileri tarafından küresel bir marka olarak algılanması gerekmektedir.

Küresel marka, bir işletmenin ürünlerinin küresel olarak tanınmasını ve rakiplerinden ayırt edilmesini sağlamak amacı ile aynı ismi, sembolü, tasarımı ve ifade şeklini küresel çapta kullanır (Ghauri vd., 2010).

Küresel marka kavramı uluslararası düzeyde tanınmış kendi ülke sınırlarını aşmış farklı ülke ve milletlerde tanınan markaları ifade etmektedir. Küresel markalar menşei ülkesi dışında diğer ülkelerde de logo, renk, slogan gibi marka bileşenlerini aynı tutmaya çalışarak yüksek benlik ile benzer stratejiler kullanan ve tanınırlık derecesi birçok ülkeyi kapsayan markalardır. Bu tanımlara en çok yaklaşan markalar olarak Coca-Cola ve McDonald's örnekleri verilebilir.

2.2. Küresel Reklam

Reklam, pazarlama karması elemanlarından tutundurma'nın bir parçası olarak yer almaktadır. Reklamlar ürünleri tanıtmaya, bilgilendirme, potansiyel müşterileri çekme gibi amaçlar ile işletmeler tarafından hedef kitleye ulaşma aracıdır.

Reklam kısa ve öz şekilde sunduğu mesaj ile en yüksek algıyı yaratmaktadır (Bal vd., 2020). Reklamlar tüketiciye ulaşmak için en verimli yollardan bir tanesidir. Bu alandaki temel hedef; reklama olan ilgiyi, beğeniyi ve ikna edilebilirlik seviyesini en üst noktaya çıkarmaktır (Toker ve Sulak, 2020).

Uluslararası şirketlerin büyük önem verdiği küresel reklamcılık, bir reklamın değişikliğe uğramadan tüm ülkelerde uygulanmasıdır (Aktuğlu ve Eğinli, 2010).

Reklam stratejileri, global, lokal ve glokal olacak şekilde üç sınıfa ayrılmıştır. Ancak global ve lokal stratejiler birbirinden ayrı bağımsız değildir. Bu durum da glokal stratejinin oluşumuna sebep olmuştur.

2.3. Küresel Reklam Stratejileri

Günümüzde uluslararası pazarda giderek artan rekabet ortamı, işletmelerin hedef kitlenin kültürünü ve yerel farklılıklarının neler olduklarını öğrenmeden etkili iletişim ve reklam stratejisi oluşturmayı imkânsız kılmaktadır. Bir pazarda başarılı olan bir strateji her pazarda aynı başarı düzeyine ulaşamayabilir. Bu nedenle kültürel yapı standardizasyon ve adaptasyon stratejilerine karar vermekte

kritik bir önem taşımaktadır. Kültürel farklılıklar yaratılan ürün ve hizmet reklamlarına taşınmaktadır (Yılmaz ve Akyar, 2020).

2.3.1. Standardizasyon Stratejisi (Küresel Düşünce)

Teknolojinin gelişmesi ile bilgi akışı giderek kolaylaşmıştır. İnternet ve sosyal medya kullanılmasının çoğalması birlikte insanlar arasında oluşan etkileşimde artmıştır. Türkiye’de yaşayan insanlar, ABD’ de yaşayan insanların yaşantılarını sosyal medya aracılığı ile görebilmektedir. Bu durum bireylerin istek ve ihtiyaçların da benzerlik oluşturmaktadır. Bunun neticesinde uluslararası işletmeler için standardizasyon yaklaşımını oluşturmuştur. Standardizasyon stratejisi tüketicilere benzer stratejiler uygulamayı içermektedir.

Standardizasyon stratejisinin işletmeler için; büyük ölçekli üretim, maliyet avantajı, yönetim sürecinde kolaylık, tutarlı marka avantajını da kapsayan birçok faydası bulunmaktadır (Çatlı, 2024).

Standardizasyon günümüz de çok sıklıkla duyduğumuz bir kavram olmakla işletmeleri standardizasyona iten birçok sebep bulunmaktadır. Erbaş (2019)’in yapmış olduğu çalışma sonucu uluslararası tüketici kültürü eğilimi olduğu ortaya çıkmıştır. Tüketiciler bir marka tercihinde bulunurken kendi ülkeleri dışında yaşayan yaşlılarının seçmiş olduğu markalara önem verdikleri aynı zamanda yaşam ve giyim tercihlerini model aldıkları görülmüştür.

Küresel stratejiyi odak noktası yapan işletmeler standart bir ürün yaratır ve bu ürününü standart bir mesaj ile uluslararası boyutta tüketiciye ulaştırır. Farklı bir ifade ile küresel marka, aynı ürünü tek bir mesaj ile küresel boyuta taşır (Gülmez, 2019).

Standardizasyon yaklaşımında, markanın faaliyet gösterdiği ve göstereceği her pazar da birbirine benzer özellikleri ve stratejileri uygulaması gerektiğini savunmaktadır. Bu durum çerçevesinde yerel Pazar ile küresel pazarın aynı nitelikte olduğu düşünülmektedir (Yücel, 2019).

Standardizasyon sürecine temel olarak işletme bazında bakacak olursak, aynı ürünün, aynı tutundurma ile farklı pazarlarda faaliyet göstermesi şeklinde ifade edebiliriz. Bu durum işletmeler için ciddi bir maliyet avantajı oluşturmaktadır. Ancak her kültürün kendi ait öğelerinin bulunması standardizasyon açısından bazı riskler taşımaktadır. Kültür standardizasyonun da yer alan en önemli problemlerdendir.

2.3.2. Adaptasyon Stratejisi (Yerel Yaklaşım)

Adaptasyon stratejisini sadece tek bir unsur kapsamında düşünmek doğru olmayacaktır. Çatlı (2024)’e göre yabancı pazarların istekleri doğrultusunda adaptasyon yaklaşımının nasıl ve ne şekilde yapılacağı önemli bir konudur.

Ülkelerin benzerlik oranlarının artması durumunda adaptasyon ihtiyacı azalacaktır, aynı şekilde ülkeler arasında oluşan farklılıklar büyüdükçe adaptasyon ihtiyacı da artacaktır. Ürün yapısı da adaptasyon stratejisini etkileyen en büyük unsurlardan bir tanesidir. Gıda ürünlerinin adaptasyon ihtiyacı daha fazlayken, endüstriyel ürünlerin adaptasyon ihtiyacı daha az olacaktır.

Yerel yaklaşımda, işletmeler faaliyet gösterecekleri pazarlara ve pazarın kültürüne uygun hareket etme çabası gösterirler. Ürünlerini ve ürün tutundurmalarını bu bağlamda yerelleştirir ve uygularlar.

Yerel strateji, iletişim mesajı ve ürünü yabancı pazardaki kültürel yaklaşıma göre pazarın yaratmış olduğu şartlar ile yerelleştirilmesidir (Gülmez, 2019). Bir başka deyişle, yabancı pazarda bulunan yerel yöneticilerin vermiş olduğu reklam kararlarının, merkezden bağımsız olarak uygulanan uluslararası reklamcılık faaliyetleridir (Erbaş, 2019).

2.3.3. Uyum Stratejileri (Glocal Yaklaşımı)

Roland Robertson (1995) “küresel düşün, yerel davran” stratejisi bağlamında küresel stratejiyi ile yerel stratejiyi birleştirmiştir. Bu birleşimin adı ise literatüre glokalleşme (glocalization) olarak girmiştir. Bu strateji kapsamında yabancı pazarda bulunan yerel kültürü dikkate alarak, uluslararası marka kimliğini korumayı ve bu durum doğrultusunda hareket etmeyi amaçlamaktadır.

Yerel yaklaşım çalışmalarını, standardizasyon yaklaşımından ayrı tutmak farklı bir deyişle, global hedeflerden ayırtmamak gerekmektedir. Glocal stratejinin merkezin de bu düşünce yer almaktadır. Burada amaç global hedefler belirlenmek ancak yerel olarak uygulama yapılacağı durumda, yerelin getirmiş olduğu değerlerin, özelliklerin, tatların veya ürün yapısında yapılabilecek olan değişikliklerin belirleyici rol oynayabileceğini gözardı etmemektir.

Glocal reklam, küresel markaların, hazırladığı hedef ülkeler için hedef ülkeye ait motiflerin, özelliklerin barındırıldığı ve bunlar bağlamında ürünün hedef pazarlarda konumlandırılmasını hedefleyen reklamlardır (Elden, 2005).

Günümüz reklam uygulamaları, kültürel değerler dikkate alınarak kullanılmaktadır. Küresel markaların yerel pazarlara uyarlanması stratejisi baz alınarak hazırlanan reklamlar, “glokal reklam” olarak adlandırılmaktadır (Gülmez, 2019.)

Glokalisierung, küresel markaların, faaliyet göstereceği yabancı ülkedeki kültürel unsurları göz önünde bulundurarak hedef ülke pazarına özgü bir uyum yaklaşımı benimsemesidir (Gülmez, 2019).

Her alanda olduğu gibi pazarlama alanında da küresel ve yerel stratejileri birleştirecek alternatifler seçenekler oluşturulmuştur. Bu stratejiye genel olarak küre-yerelleşme adı verilmektedir. Küre-yerelleşme kavramı temel çerçevesi ile

uluslararası ticari ve tanıtım faaliyetlerinin küreselden yerele ya da yerelden küresele hareketi olarak tanımlanır. Bu süreç küresel kavramların yerel üzerindeki etkisini ele aldığı gibi yerel kavramların küresel üzerindeki yayılımını mümkün hale getirmektedir (Bayraktar, 2023).

2.4. Kültürel Uyum ve İletişim Riskleri

Her milletin geçmişten günümüze kadar aktardığı değerler, normlar, inançlar ve doğrular vardır. Bu kavramlar ve çok daha fazlası bir milletin kültürünü yaratmaktadır. Kültür en çok adaptasyon ihtiyacı duyulan ve değiştirilmesi çok zor ve uzun bir süreç gerektiren bir kavramdır. Kültür doğrultusunda aktarım yapılması doğru bir iletişim süreci için temeldir. Doğru iletişim ise reklamlarda hedef kitleye ulaşmak için büyük önem arz etmektedir.

Tarihin başlangıcından itibaren günümüze dek Dünya ve insanlık değişen bir süreç içerisinde. Neredeyse her konuda değişiklik ve yeniliklerin olduğu gözlemlenmektedir. Bu süreçte düşünceler, inanılan değerler, kabul görmüş güçler, yaşanan topraklar dahi değişime uğramıştır. Özetle, insan ve içinde bulunduğu medeniyetler, zamansız olarak değişim sürekliliğine uğramaktadır. Bu sürecin en önemli bileşeni ise kuşkusuz ****kültür**** kavramıdır. İnsanoğlu, binlerce yıllık mirası olan kültürünü zaman içerisinde azar azar terk etmekte veya farklı biçimlere dönüştürmektedir. Bu değişim yaşamın doğal seyrinde ilerleyebileceği gibi özel bir gayretin sonucunda da oluşabilmektedir (Gündel, 2010). Kültürün bu kadar dinamik oluşu ve varoluş süreci, sürekli olarak takip edilmesi gereken bir kavrama dönüşmüştür. Doğru analiz edilmez ve tarihi sürecine bakılmazsa iletişim konusunda ciddi ve geri dönüşü zor olan problemler ortaya çıkaracaktır.

Reklam ve kültür arasında bulunan ilişki, tek yönlü bir aktarım olmaktan ziyade karşılıklı ve çift yönlü bir ilişkidir. Reklamın yaratmış olduğu söylemlerin hedef kitlenin hayatına nüfus etme gücü göz önüne alındığında; kültürel yapıyı değiştirdiği ile ilgili tartışmalar mevcutken; farklı bir düşünce ile yorumlandığında ise mevcut kültürel değerlerin hedef kitleye ulaştırma işlevi gördüğü anlaşılar. Bu bağlamda reklamlar var olan sosyo-kültürel yapı için inceleme ve gözlem yapılabilecek bir alan oluşturur (Yılmaz ve Akyar, 2020).

Küresel markalar, yerel pazarlarda reklam faaliyetlerinde global ve global olmak üzere iki temel stratejiyi uygulamaktadır. Bu stratejilerin başarısının büyük ölçüde yerel kültürel bağların ne kadar dikkate alındığı ile doğrudan ilgilidir. Kültür benimsenen stratejinin türünden bağımsız şekilde kritik bir önem taşımaktadır. Kültürel farklılıklar küresel markalar için yanlış yönetilme durumunda büyük risk taşırken, doğru kullanılması durumunda da tüketici ile güçlü ve kalıcı bağlar kurma fırsatı sunar (Onurlu ve Zulfugarova, 2016).

2.4.1. Kültürel Farklılıklar ve Reklamda Uyumsuzluk Riski

Küresel reklamlarda sadece dil unsurunu çevirmek yeterli olmayacaktır. Bunun yanısıra mesaj içeriğinin, hedef kitleyle aynı düzeyde olması beklenmektedir. Ataseven, Bogenç Demirel ve Yalın (2012)'a göre reklam adaptasyonu, sadece hedef kitlenin coğrafi duyarlılıklarına göre değil, bunlara ek olarak görsel bileşenleri de yeni pazarda bulunan hedef kitleye göre düzenlenmelidir.

Reklamlar, kurumsal düzeyde ve reklam üretim süreci göz önünde bulundurulduğunda, birçok kültürün birlikteliğinin belirgin şekilde gözlemlenebileceği öncü alanlardandır (Gülmez, 2019). Bu bağlamda baktığımızda yerelleşme stratejisi uygulanan reklamlarda hedef kitlenin kültürel durumu ve değerleri dikkat edilmesi gereken en önemli unsurlardan bir tanesi olarak öne çıkmaktadır. Örneğin, Batı kültürü ile Türkiye kültürünün kahvaltı durumunu ele alacak olursak; Türkiye’de kahvaltılık ürün reklamı yapacak olan bir işletmenin, yatakta kahvaltı unsurunu kullanması yerel alışkanlıklar ile bağdaşmadığı için hedef kitle ile iletişim kurma konusunda yanılgıya düşürebilir (Sağlam, 2020).

İletişimin küreselleşmesi ile reklam veren işletmeler tüm pazarlardaki hedef kitlelere ulaşmayı hedeflemektedir. Bu süreçte oluşan zorluk, tüketicinin bulunduğu mesafeden daha çok standartlaşmış olan iletişimin getirmiş olduğu kültür ve dil farklılıklarıdır (Ataseven, Bogenç Demirel ve Yalın 2012).

2.4.2. Reklamlarda Kullanılan Renkler ve Görsel Değerler Üzerinden Mesaj Kayması

Reklam çalışmaları yapılırken dikkat edilmesi gereken en önemli hususlardan bir tanesi kültürler arasındaki farklılıkların neler oluşu ile ilgilidir. Sözlü iletişimin dışında renkler mesaj aktarma konusunda en etkili yollardan bir tanesidir. Fakat aynı rengin farklı kültürlerde farklı anlamlar çağrıştırdığı bir gerçektir. Örnek olarak; yeşil renk Müslüman toplumlarda “din yandaşlığı” olarak algılanırken, Avrupa ülkelerinde “çevrecilik” ile ilişkilendirilir. Aynı şekilde global pazarlama yöneticileri beyaz rengin Asya ülkeleri için yas ifade ederken, bazı ülkeler için bu durumu siyah renk simgelemektedir. Farklı bir örneğe bakalım olursak, tropik bölgelerde yeşil renk sıklıkla hastalık ve tehlike ile bağdaştırılırken, fazlaca soğukluk, ferahlık, serinlik içeriği barındıran ürünler için de kullanılmaktadır. İtalyan yiyecek ambalajlarının bir kısmında İtalya bayrağı renklerine (kırmızı, beyaz, yeşil) yer verilen kültürel bir durum bulunmaktadır. ABD’ ise kırmızı renk meşrubatlar ile ilişkilendirilmiştir ancak, Coca-Cola’nın marka rengi olan kırmızının, Kore ve Japonya’da meşrubat ile bağdaştırılan rengin sarı olmasından kaynaklanan bir problem oluşmuştur. Bu

bağlamda, kullanılan renklerin reklam stratejilerinde farklı pazarlarda farklı anlamlara geldiği dikkate alınmalı ve her ülkenin kültürü göz önünde bulundurulmalıdır (Becan, 2019).

Bunlar gibi daha pek kültür de farklı anlamlara gelen aynı renkler bulunmaktadır. Pazarlamacılar küreselleşmenin günümüz dünyasında neredeyse zorunluluk haline getirdiği yabancı pazara açılma durumunda, yabancı pazarın kültürel değerlerini göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Reklamalarda kullanılan renklerin markanın istediği mesajı verme konusunda tezatlık çıkarabilmektedir.

2.5.Türkiye Reklam Uygulamalarında Standardizasyon ve Adaptasyon Örnekleri

2.5.1. Başarılı Adaptasyon Örnekleri

Netflix'in reklam filmi stratejileri gözlemlediğimiz başarılı adaptasyon stratejileri uygulamalarına örnek olarak verilebilir. Netflix Türkiye için yapmış olduğu reklam filmlerinde yerel ve kültürel (dil, nesne, müzik, karakter) unsurları dikkatli ve sıklıkla kullandığı gözlemlenmiştir. Bright filmi için "O Ses Türkiye" temalı reklam filminde, "Denizli'nin Horozları" gibi halk kültürü öğeleri, aynı film için hazırlanan tanıtım da Tarlabası gibi alt kültüre ait mekan kullanmıştır. "Black Mirror" film tanıtımına baktığımızda ise izdivaç temalı bir tanıtım olduğu, "Stranger Things" dizisi tanıtımının da yer verilen "Sadettin Teksoy" gibi kültürel unsurları kullanarak başarılı bir yerleşme strateji uygulaması söz konusudur (Gülmez, 2019).

Kültürel hassasiyetleri ve farklılıkları dikkate alan örnek olabilecek markalardan bir tanesi de Haribo' dur. Haribo' nun Müslüman ülkeler için yayınladığı reklamlara bakıldığında zaman "Helal Haribo" kavramı ile hedef pazarın kültürünü ve değerlerini ön planda tuttuğunu ve bu ifade ile domuz yağı katkısı bulunmadığını öne çıkarmaktadır (Akutoğlu ve Eğinli, 2010).

Dr. Oetker markasının kabartma ürününün adı olan "Backin" ismi Almanca "Backpulver" (kabartma tozu) kelimesini çağrıştırarak Alman hedef kitleye geleneksel bir yaklaşım sunmaktadır. Bu kullanım Alman diline ve kültürüne yabancı olan kişilerde aynı algıyı oluşturmaz. Bu sebepten ötürü reklam çevirisinde yerleşme tercih edilmiştir. Orijinal reklam filminde yer alan "Kabartma tozu ile Bakin arasındaki fark nedir?" sorusu Türkiye reklam filmi için "Kabartma tozu pastayı ne kadar kabartır?" şeklinde yer almıştır. Bu çeviri karmaşıklığı önlemiş ve reklam da bulunan sahne ile uyumlu bir adaptasyon yapılmıştır. İlk reklam filmine bakılacak olursa sahnede bulunan kız çocuğunun elinde bulunan pakette "Backin" yazarken Türkiye için uyarlanmış olan reklam da "hamur kabartma tozu" yazmaktadır. Sahne devamlılığında ise fırın içerisinde

bulunan kekin kabarması gösterilmektedir. Backin, kelimesi Türk hedef kitle için kabartma tozunu çağrıştırmadığı için Dr. Oetker markası ürünü Türkiye pazarında işlevi ile göstermektedir (Günay Köprülü ve Oğuz, 2016).

Uluslararası pazarlarda büyük pazar payına sahip olan “Coca Cola” markası, hedef pazar yayınlamış olduğu reklamlarda, o ülkenin kültürel öğelerine dikkat etmektedir. Türkiye için yapmış olduğu reklam afişinde Türk dini kültüründe büyük bir alan kaplayan Ramazan ayına dikkat ederek birçok reklam yapmıştır. Bu reklamlarda Coco Cola markası ramazan kültürünün sofralara yansımaları kullanarak bu sofralarda her daim Coca Cola’ya yer olduğunu göstermektedir. Ramazan ayının değerleri arasında yer alan birlik-beraberlik, paylaşma, büyük iftar sofraları gibi unsurlara reklamlarında yer vermiştir. Ramazan pidesi gibi Türk kültürüne ait yemekleri de kullanan Coca Cola “Ramazan da Sofraların Tadı Paylaştıkça Artsın” sloganı ve marka ile anımsanan kırmızı rengi kullanarak başarılı adaptasyon strateji ortaya koymaktadır (Taşpunar Küçük, Şahin ve Elmas, 2022).

2.5.2 Uyumsuzluk ve İletişim Krizi Yaşanmış Örnekler

“Oreo” uluslararası pazarlarda uyguladığı reklam filmlerinde adaptasyon stratejileri uygulamaktadır. Senaryoyu aynı tutmakla (standartlaştırırken) hedef pazardaki ülkenin yerel oyuncularını ve dili ile yeniden düzenlenerek reklam filmi adapte edilmiştir. Fransızca reklamda bulunan “Then you lick it” (bisküviyi ikiye ayırıp kremasını yeme sahnesi) ve “like a kiss” (öpüştürme) sahnesi Türkiye için uyarlanması ve yayınlanmasından çok süre geçmeden sansürlenmiştir. Bu durum, çevirmen ve reklam ajansının kültürel değerlerden oluşabilecek bir sansür ihtiyacı duyulacağını tahmin edemediğini ortaya koymaktadır.

Skopos kuramı, metinleri amaca ve hedefe uygun olacak şekilde oluşturulan eylemlerdir. Hedef dili, hedef kitle ve kültür faktörleri bu kuram çerçevesinde büyük önem taşımaktadır. Bu kuram, çevrilecek olan kaynak metnin hedef kitleye vermiş olduğu mesajı, çeviri sonrasında hedef alıcılara da aynı mesajı sağlanması gerektiğini savunmaktadır. Aksi durumda çeviri amacına uygun olmaz ve başarısız olarak nitelendirilir. Dr. Oetker’in ‘supangle’ reklamının Türkiye pazarında beklenen satış düzeyine ulaşamamış ve başarısız olmuştur. Bu durumun nedeni büyükanne ve supangle yabancı kültürde geleneksellik çağrıştırmak, Türk kültüründe geleneksel sütlu tatlılarda bu çağrışıma yapan tatlılar sütlaç ve muhallebidir (Günay Köprülü ve Oğuz, 2016).

“L’Oréal” markasına ait 2021 yılında aynı ürün için yayınlanmış olan reklam filminde Fransa ve Türkiye için aynı görsel unsur kullanılmış olmasına rağmen Türkiye için çevrilen metinde önemli değişiklikler yapılmıştır. Kaynak reklam filminde kullanılan metni iki kadın seslendirirken, Türkiye uyarlamasında biri

erkek sesi ile değiştirilmiştir. Fransa’da yayınlanan reklamda kırk yaş üstü kadınlara hitaben bir giriş yapılırken, Türk versiyonunda bu durum eksiltirilmiştir. Bu ifade ile birlikte birkaç ifade çıkartılmış ve yapısal değişiklikler ile “Genç görünen bir cilt için saf retinol içeren formülü yeni “Revitalift Lazer saf retinol gece serumu” olarak birleştirilmiştir. Türkiye için uyarlanan reklam metninde slogana “çünkü” ifadesi eklenerek kanıtlama yoluna başvurulmuştur. Aynı şekilde Fransa için oluşturulan reklam metninde ürün ile ek bilgilerin bulunduğu fakat bu bilgilerin çevrilen metinde çıkartıldığı bilinmektedir (Arslan, 2025).

3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Kaptan (2015)’ın Amerika Birleşik Devletleri’nde ciddi bir başarı sağlayan ve uluslararası pazarlarda uyarlaması yapılan “Snickers” markasına ait “açken sen, sen değilsin” reklam sloganına Türkiye pazarı için oluşturulan yerelleştirme yaklaşımlarını araştırdığı görülmüştür. Çalışmada yerellik unsurunun adapte edilmiş bir reklamda ne şekilde yansıtıldığı soruna cevap aranmıştır. Bu bağlamda üç temel yaklaşım -ulusal dil, kültür ve mizah- incelenmiştir. Snickers’ın ABD için yapmış olduğu reklam çalışmasında katılımcılar “yaşlıların tehdit edilmesi”, “hırpalanması” “düşürülmesi” gibi durumların mizahi yönü olmadığını, kültür açısından “bizim kültürümüze uymadığını” ifade etmişlerdir. Bu bağlamda uygunsuzluk, uyumsuzluk ve çelişkiler mizah için önemli birer unsur olsa da yapılan mizahın bütünlüğü kültürel uygunluk kapsamında şekillendirilmelidir. Özetle komiklik algısının oluşması o toplumdaki kültürel kodların nasıl ne şekilde olduğu ile ilgilidir. Bu durum karşısında uyarlama gerektiği durumlarda orijinal formun tümünün farklılaştırılması gerekli olabilmektedir.

Onurlu ve Zulfugarova (2016) yapmış oldukları çalışmalarında uluslararası markaların yerel pazarlarda kullandığı reklam stratejilerinin hedef pazara ilişkin kültürel değerleri ne düzeyde dikkate aldığını araştırmayı hedeflemiştir. Çalışmada Türkiye pazarında 2014 yılı ve 2015 yılının ilk çeyreğinde faaliyet göstermiş olan beş küresel markadan (Nestle, Coca Cola, McDonald's, Vodafone ve Procter&Gamble) bir adet televizyon reklam filmi Hofstede’in kültürel öğeleri üzerinden incelenmiştir. Sonuç olarak uluslararası markaların yerel kültürü doğru kullanmasının tüketici ile derin ve kültürel bağlar oluşturabileceğine ancak kültürel farklılıkların hatalı kullanılması sonucunda çok ciddi problemler yaratacağını ortaya koymuştur. Araştırmanın konusu olan beş markanın ise kültürel farklılıkları reklam uygulamalarında göz önünde bulundurduğu tespit edilmiştir.

Yılmaz ve Akyar (2020), tarafından yapılan araştırmada amaç; küresel ve yerel markaların yapmış oldukları reklamlarda kültürün nasıl temsil edildiği, aynı

zamanda reklam verenlerin kullandığı medyada satın aldıkları yayın süresi üzerinden küresel/yerel ayrımını ve kültürel unsurların yansıtılma durumunu belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma Türkiye pazarında 2018 yılında reklam süresi en uzun olan iki küresel, iki yerel markanın (Türk Telekom, Turkcell, Algida, Vodafone) belirli reklamlarını, Hofstede’in kültürel soğan modeli çerçevesinde dört unsuru (semboller, kahramanlar, ritüeller ve değerler) üzerinden analiz ile incelenmiştir. Çalışma sonucunda küreselleşme ideolojisi olan dünyanın tek tip pazar olması yaklaşımı, reklamcılık sektöründe rekabet ve hedef pazarın kültürel durumu göz önünde bulundurulmadan etkili bir reklam stratejisi oluşturması mümkün olmadığı vurgulanmıştır.

Demirel ve Değirmenci (2021), uluslararası reklam stratejileri kapsamında, markaların sanal kültürün reklamlar üzerinden “yeni anlam inşacıları” olma durumunu incelemektedir. Yapılan araştırma da evren olarak 2019 yılında Youtube’da en çok izlenme sayısına ulaşmış reklamlar tercih edilmiştir. Örneklem çerçevesi ise Marketing Türkiye’nin 2019 yılında en çok izlenen 5 reklam ile sınırlandırılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda markalar dil faktörünün yarattığı algının farkında iseler yarattıkları reklamlarla da dil faktörünü ve bunun doğrultusunda sahip olduğu öğeleri tüketiciyi ikna etmek için kullanmaktadırlar. Anlamlandırma ve algılama sürecini kişiler dilin sahip olduğu sembolik ve retoriksel öğeleri ve aynı zamanda söylem yaratma gücü ile oluşturmaktadır.

Özdemir, Akagün Ergin ve Avcı tarafında 2021 yılında gerçekleştirilen araştırma nitel araştırma prensibi ile ilerlemiş olup, televizyon da yayınlanan reklamların tüketicilerin marka tercihi ve genel tutumları, milli ve kültürel değerlerin kullanımının nasıl etkilendiğini incelemiştir. Literatür de çok sık karşılaşılmayan bir yaklaşım olan, fenomenolojik deseni temel alan bu çalışma, 11 katılımcı ile derinlemesine mülakat yöntemi kullanılarak yürütülmüştür. Çalışma tüketicilerin bu tür mesajlara verdiği ve verebileceği tepkileri ayrıntılı şekilde ortaya çıkarmayı hedeflemiştir. Araştırma kültürel unsurların reklam iletilerinin merkezini oluşturduğu ve küresel pazarlama yaklaşımlarının yerel kültürden ayrı bulundurulmaması doğrultusunda literatüre katkı sağlamaktadır. Yapılan araştırmaya katılanların milli ve kültürel değerlere yer veren markalara karşı yakınlık ve sempatiklik duyduklarını ve bu markaları diğer markalara göre daha yakın ve güçlü bir duygu hissettiklerini aynı zamanda tercih durumunda bu markalara karşı satın alma davranışı sergilediklerini vurgulamışlardır. Bireyler bu reklamların kendilerinde gurur, duygusallık ve birlik beraberlik hissettirdiklerini ve markayı tercihini doğrudan etkilediğini ifade etmişlerdir. Katılımcılar kültürel değerlere ait öğeleri en iyi şekilde yansıtma konusunda “Coca Cola”nın ve “Türk Hava Yolları”nın olduklarını ifade etmişlerdir. Aynı zaman da bu markalara ek olarak “Cola Turka” ve “Lays” markalarının

reklamlarının da katılımcılar üzerinde etki bıraktığı gözlemlenmiştir. Ek olarak, özellikle Coca Cola markasının Türk kültüründe büyük bir öneme sahip olan Ramazan ayı için yaptığı reklamlara Türk gelenek ve göreneklerini yansıtmada başarılı olduklarını, aile birliği üzerinde durulması ve buna vurgu yapılmasının katılımcıların duyguların hitap ettiğini ifade ettikleri belirtilmiştir. Çalışmaya katkı veren bireylerin az kısmında ise konu hakkında olumsuz görüş sergileyenler olmuştur. Bu görüşlerin temel sebebi ise markaların kar elde etmek amacı ile milli değerleri kullandığı yönünde olmuştur. Bu görüşe sahip katılımcıların milli değerler kapsamında taviz veremeyecek bir tutuma sahip olduğu gözlemlenmiştir. Aynı şekilde milli duyguların markalar tarafından sömürülemeyeceğini de ifade etmişlerdir. Özellikle katılımcılar “dini unsurlar, din sömürüsü, dini içerik” bağlamında çok hassas oldukları görülmüştür. Bu öğelerin reklamlarda kullanılmaması gerektiği yaklaşık olarak tüm katılımcılar tarafından vurgulanmıştır.

Tikbaş (2022), “kültür kodu” kavramını ana düşünce olarak tutarak birlikte küresel ile yereli ortak noktada buluşturan global reklam stratejisini detaylandırmıştır. Araştırmada, küresel bir marka olan Lipton’un Türkiye pazarında yapmış olduğu global reklam stratejisinden ne şekilde faydalandığı incelenmiştir. İncelenen reklam sonucu Türk kültüründe çay sembolünün misafirperverlik, sohbet ortamı, komşuluk gibi kültürel unsurların başarılı şekilde bulundurduğu gözlemlenmiştir. Aynı şekilde çayın zamansız olduğu her öğünde ve neredeyse her ortamda olduğu vurgusu ile Türk kültürüne adaptasyon sağlanmıştır. Reklam filmlerinde oluşabilecek iletişim hatalarını “kültürel çuvallama” kavramı ile açıklanmıştır. Reklam da yapılan ve kültürel çuvallama olarak adlandırılan hatalardan bir tanesi Türk kültüründe yeri bulunan “tavşan kanı” tabiri yerine “ateş kırmızısı renk” tabiri kullanılmasıdır. Aynı şekilde ince belli bardak unsuruna dikkat etmemesi çay kaşığı unsurunun reklamda bulunmaması bu duruma verilen örnekler arasındadır. Tikbaş (2022) bu durumu markanın bir pazarlama hamlesi olabileceğini ve çay kültürüne ait yeni alışkanlıklar yaratmayı amaçlamış olabileceklerini öne sürmüştür.

Berkman Köseleli (2022), yapmış olduğu çalışmada hazır gıda sektöründen “Knorr” markası ürünleri ile ilgili reklamların hangi göstergesel unsurlar bulundurduğunu bu durum ile nasıl stratejiler geliştirdiğini incelemiştir. Yapılan araştırmada Knorr markasının Türkiye pazarında 2015-2021 yılları arasında yayınlamış olduğu 7 reklam filmi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda marka reklam stratejisi olarak hem standartlaştırma hem de yerelleştirme kullanmıştır. Yerelleştirme stratejisi kapsamında reklamlarda, Türkiye’de tanınmış ünlü şefler ve yemek eleştirmenleri güvenilirlik unsurunu artırmak için yer verilmiştir. Bununla birlikte reklam filmlerinde geleneksel Türk mutfağına uygun ürün

çeşitleri kullanılmıştır. Türkiye’de bulunan geleneksel aile yapısı modeli de reklamlarda bulundurulmuştur. Standartlaşma kapsamında ise markanın diğer pazarlarda yer verdiği standart yan anlamlar (lezzet, sağlık, pratiklik) bulundurulmuştur.

Zengin (2022), uluslararası pazarlamada dil faktörünü, reklam ve pazarlama faaliyetleri açısından etkisini; yabancı pazara girmek isteyen işletmelerin kültürel unsurları anlaması ve bu unsurlar çerçevesinde stratejiler oluşturmalarını hedeflemektedir. Kültürel faktörlerin hepsi küresel pazarlama da büyük öneme sahip olmakla beraber çalışmada kültürün ana öğelerinden ilki olan dil faktörü vurgulanmıştır. Dil faktörünü dikkate almayan işletmeler geri dönüşü olmayan riskler ile yüz yüze gelmektedir. Dil unsurunun getirmiş olduğu iletişim başarısızlığını “Pepsi” markasının “Pepsi ile canlanın” sloganı İspanyolca dilin de “mezardan Pepsi ile çıkın” olarak çevrilmekte ve iletişimsizlik ortaya çıkarmaktadır. “Chevrolet” markasına baktığımızda ise araba isimlerinden bir tanesi olan “Nova” İspanyolca da “gitmez” anlamına gelmektedir ve bir otomobil markası için kritik önem taşımaktadır. Sonuç olarak uluslararası pazarlarda dil faktörü çok önemli bir yere sahiptir. Markaların bu unsuru doğru kullanması rekabet avantajı sağlaması konusunda yardımcı olacaktır.

Bir (2024), Hofstede’nin kültürel boyutları kapsamında “Bosch” markasının uluslararası sloganı “Like A Bosch” ile Türkiye hedef tüketici kitlesi için oluşturulan “Tam bi’ Bosch” reklamını incelemiştir. Araştırmanın temel amacı reklamlarda bulunan görsel ve metin içeriklerinin, Hofstede’in kültürel boyutları ile nasıl kullanılabileceğini ortaya koymaktır. Ayrıca, küresel markanın yabancı pazara adapte ettiği iletişimin kültürel boyutlar ile ne şekilde değerlendirilebileceğini göstermeyi amaçlamıştır. Belirsizlikten kaçınma durumu için mizah bulundurma durumu için iki reklamın farklılaştığı görülmektedir. Belirsizlikten kaçınma durumu düşük olan toplumlar için mizah kullanımı az görülmektedir. Türk reklamında, küresel reklama oranla daha ciddi bir tavır görülmüştür. Bireysellik/kolektivizm açısından bakıldığında ise küresel reklamda “ben” “sen” gibi iletişimi doğrudan sağlayan zamirler bulunurken, Türk reklamında aile hayatına yönelik bir süreç bulunmaktadır. Güç aralığı için bakıldığında Türk reklamında tanınmış yerel ünlüler görülmekte bu durum yüksek güç aralığı olarak yorumlanmaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küresel markaların pazarlama stratejileri doğrultusunda, reklam çok büyük önem taşımaktadır. Büyük hedef kitlelere tek bir reklam ile ulaşabilen markaların kültürel unsurları göz önünde bulundurması zorunluluk durumuna gelmiştir. Kültürel öğelerin hedef kitle üzerinde sanılandan daha büyük etkisinin olması,

doğru iletişim kurulması, marka kimliğini hedef pazara doğru taşımak ve başarıya ulaşmak için küresel markaların dikkate alması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Reklamlarda kullanılan metinlerin, sloganların direkt olarak yabancı pazarın yerel diline çevrilmesi, orijinal anlamdan tamamen uzaklaşarak istenmeyen bir mesaj içerebilir hatta argo sözcüklere denk gelebilecek olan anlamlar içererek markaya karşı bir tepki oluşturabilir. Küresel markaların, yerel pazardaki dili deyimse ve düz anlam bağlamında doğru analiz etmesi, markaların hedef pazarda sürdürülebilir olması için büyük önem taşımaktadır.

Bireysel reklamları bulunan ve standardizasyon stratejisi ile yabancı pazarlarda faaliyet göstermek isteyen küresel markalar, özellikle Türkiye gibi kolektif kültürü benimsemiş olan yabancı pazarlarda reklamların bireysel olması ile hedef kitlede istenilen çağrışımı yapmayacaktır. Bu gibi durumlar nezdinde adaptasyon stratejisi uygulamak daha doğru bir strateji olacaktır.

Yapılan çalışma doğrultusunda, küreselleşmenin yaratmış olduğu yoğun rekabet ortamında, küresel markalar sadece standardizasyon stratejisinin yeterli olmadığı, hedef kitleye ulaşmak istedikleri yerel pazarlarda, yerel ve küresel kodları göz ardı edemeyecekleri gerçeğine ulaşmıştır.

İşletmelerin yerel pazarda doğru iletişimi kurabilmesi, hedef ülkenin kültürünü ve kültürel öğelerini dikkate alması ile oluşmaktadır. Bu çalışmada incelenen örnekler çerçevesinde, teorik çevre ile küresel markaların, standardizasyon ve adaptasyon arasında bir denge kurmak zorunda olduğunu net bir şekilde ortaya koyulmuştur. Bu durum bağlamında glocalizasyon olarak isimlendirilen “küresel düşün, yerel hareket et” stratejinin önemi daha da net bir şekilde ortaya çıkmıştır.

Küresel markaların, yabancı pazarda yeni bir reklam kampanyası uygulamadan önce, markaya ait unsurların standardizasyonu belirlemesi ve hedef ülkenin kültürel öğeleri kapsamında uyum gerektiren unsurları araştırması, araştırma sonucunda elde ettiği bulguları ve marka öğelerini net şekilde ayrıştırması gereklidir.

Gelecekte küresel reklamlar bağlamında yapılacak ampirik araştırmalarda tüketici istek, beklentileri ve algıları ile küresel reklamlarda uyum ve iletişim risklerini en aza indirgeyebilecek kültürel unsurlar ortaya çıkartılabilir.

KAYNAKÇA

- Aktuğlu, İ., & Eğinli, A. (2010). Küresel Reklam Stratejilerinin Belirlenmesinde Kültürel Farklılıkların Önemi. *Selçuk İletişim*, 6(3), 167-183.
- Arslan, N. (2025). Çeviri Stratejileri Kapsamında Reklam Çevirilerinin İncelenmesi: Fransızca-Türkçe Reklam Örnekleri. *IU Journal of Translation Studies*, 22, 161-174. <https://doi.org/10.26650/ijts.2025.1604775>
- Ataseven, F., Demirel, E., & Yalın, Y. (2012). Reklam Çevirilerinde Yerelleştirme. *Dilbilim*, 15, 13-24. <https://izlik.org/JA24MN49PC>
- Bal, P. N., Nuhoglu, M. M., Erkan, B., Doğan, Ş., & Öner, R. E. (2020). Reklam, Kültür ve İletişim. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 167-182. <https://doi.org/10.21733/ibad.662792>
- Bayraktar, R. (2023). Uluslararası Reklam Stratejileri Üzerine Bir Değerlendirme. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3(5), 258-275.
- Becan, C. (2019). Glokal Reklam ve Metafor: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Odak Grup Çalışması. *Etkileşim*, (4), 130-150
- Berkman Köseleli, B. (2022). Hazır Gıda İçerikli Reklamlar Üzerine Göstergebilimsel Bir Analiz: Knorr Ürünleri Örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 9, 46-67. <https://doi.org/10.56676/kiad.1163065>
- Bir, G. (2024). Bosch Reklamlarının Hofstede'nin Kültürel Boyutlarına Göre İçerik Analizi. *Selçuk İletişim*, 17(2), 288-313. <https://doi.org/10.18094/josc.1468716>
- Çatlı, Ö. (2024). Uluslararası Pazarlarda Standardizasyon ve Adaptasyon Stratejileri (Bölüm 6). A. Yalçın & B. Çetin (Ed.), *Uluslararası İşletmecilik: Prof. Dr. M. Mithat Üner'e Armağan içinde* (s. 105-120). Nobel Bilimsel Eserler.
- Demirel, Ç., & Değirmenci, F. (2021). Sanal Kültürün Yeni Anlam İnşacıları Markalar: Küresel Markaların Reklam Analizi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 68-99. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.824350>
- Dimofte, C. V., Johansson, J. K., & Ronkainen, I. A. (2008). Cognitive And Affective Reactions of US Consumers To Global Brands. *Journal of International Marketing*, 16(4), 113-135.
- Elden, M. (2005). Glokal Reklam Kampanyalarında Yaratıcılığın Önemi. *Bilig*, (32), 65-82
- Erbaş, S. (2019). Global Tüketim Kültürü ve Reklam Stratejileri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34, 273-285. <https://doi.org/10.30794/pausbed.396903>

- Ghauri, P. N., & Cateora, P. R. (2010). *International Marketing* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Gülmez, E. (2019). Netflix'in Türkiye'ye Özgü Reklam Filmlerinin Küresel Markaların Yerel Reklam Stratejileri Bağlamında Değerlendirilmesi. *Erciyes İletişim Dergisi Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı*, (1), 157–178.
- Günay Köprülü, S., & Oğuz, D. (2016). Reklam Filmi Çeviri Sorunsalı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 268–275.
- Gündel, N. (2010). *Kültürel Küreselleşmenin Reklam Mesajlarına Yansımaları* (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaptan, Y. (2015). Küresellik ve Yerellik Arasında Reklam Adaptasyonları: Snickers Örneği. *İlef Dergisi*, 2(2), 13–33.
- Karataş, A. ve Altunışık, R. (2016). Küresel Markalara Yönelik Tutumları Etkileyen Faktörler. *İşletme Bilimi Dergisi (JOBS)*, 4(2), 143-168.
- Kıvılcım, F. (2013). Küreselleşme Kavramı Ve Küreselleşme Sürecinin Gelişmekte Olan Ülke Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 219–230.
- Onurlu, Ö. ve Zulfugarova, N. (2016). Küresel Markaların Yerel Pazarlardaki Reklam Stratejileri İle Kültürel Farklılıklar Arasındaki İlgili Üzerine Bir Uygulama. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(45), 491-513.
- Özdemir, H., Akagün Ergin, E., ve Avcı, M. S. (2021). Milli ve Kültürel Değerlerin Marka Tercihine Etkisi: Televizyon Reklamları Üzerine Bir Araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 56(2), 1167–1189.
- Sağlam, H. (2020). Global Reklam Stratejilerinde Küresel Dergiciliğin Yeri: National Geographic Türkiye'deki Reklamlarda Standardizasyon ve Yerelleşme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2020(52), 113-135. <https://doi.org/10.47998/ikad.809574>
- Steenkamp, J.-B. E. M., Batra, R., & Alden, D. L. (2003). How Perceived Brand Globalness Creates Brand Value. *Journal of International Business Studies*, 34(1), 53-65.
- Taşpunar Küçük, B., Şahin, M., & Elmas, H. (2022). Reklam Afişlerinde Kültürel Unsurlar. *İdil*, 99, 1583–1596.
- Theodosiou, M., & Leonidou, L. C. (2003). Standardization Versus Adaptation Of International Marketing Strategy: An Integrative Assessment Of The Empirical Research. *International Business Review*, 12(2), 141–171. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(02\)00094-X](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(02)00094-X)

- Tıkbaş Apak, F. (2022). Lipton Örneğiyle Kültür Kodu ve Glokal Pazarlama İlişkisi. *Karadeniz Araştırmaları*, 19(75), 847-859. <https://doi.org/10.56694/karadearas.1173604>
- Toker, A., & Sulak, H. (2020). Reklam Filmlerinde Kullanılan Çekicilik Türleri Ve Tüketiciler Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(Ek), 117-133. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.727107>
- Yılmaz, B., & Yaman Akyar, B. (2020). Küreselleşme ve Medya-Ekonomi Politikası Bağlamında Reklamveren Unsurunun Rolü: Türkiye’de Yayınlanan Reklamlarda Kültürün Aktarılması Üzerine Bir İnceleme. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 1-19. <https://doi.org/10.21733/ibad.626201>
- Yücel, A. (2019). İhracat Pazarlaması Stratejileri İle Firma Performansı İlişkisi. *Firat University Journal of Social Sciences*, 29(1), 205-225. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.538680>
- Zengin, S. (2022). Kültür Bileşenlerinden Dil Faktörünün Uluslararası Pazarlama Faaliyetlerine Olan Etkisi. *Antalya Bilim Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 120-135. <https://doi.org/10.54969/abuijss.1165929>

4. Bölüm

İlişki Pazarlaması Stratejilerinin Marka Sadakatine Etkisi

Ateş BAYAZIT¹, Hatice Sıla EROĞUL²

ÖZET

Gelişen ve değişen dünyada geleneksel pazarlama yaklaşımları artık yetersiz kalmaya başlamış ve yeni modern stratejiler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu stratejilerden bir tanesi olan ilişki pazarlaması literatürde önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmada işletmelerde uygulanan ilişki pazarlaması stratejilerinin marka sadakatine etkisi incelenmiştir. Yerli ve yabancı alanyazın taraması sonucunda ilişki pazarlaması stratejilerinin marka sadakatine önemli bir etkisinin olduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İlişki Pazarlaması, İlişki Pazarlaması Bileşenleri, İlişki Pazarlaması Stratejileri, Marka Sadakati.

¹ Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, Orchid No: 0000-0002-5467-9288. atesbayazit@hbv.edu.tr

² Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Finansman Programı Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, Orchid No: 0009-0005-0454-8369. erogul.haticesila@ogr.hbv.edu.tr

1.GİRİŞ

Günümüzde dijitalleşme ile artan yoğun rekabet koşulları göz önünde bulundurulduğunda geleneksel pazarlama yaklaşımının yetersiz olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Modern pazarlama yaklaşımlarından bir tanesi olan ilişki pazarlaması, işletmelerin yoğun rekabet ortamında müşteri hedef kitlesini koruması ve kaybetmemesi için büyük önem arz etmektedir. İlişki pazarlaması, kısa vadeli satışlara odaklanmak ve tek taraflı bir yaratım süreci olmaktan ziyade uzun vadeli, güvene dayalı ve karşılıklı iki taraf içinde değer yaratmayı amaçlayan bir yaklaşım çeşididir. Farklı bir ifade ile açıklanacak olursa; ilişki pazarlaması, işletmelerin mevcut müşterileri ile ilişkiler kurma, sürdürme, beklentilerini karşılamak için, müşteri bilgisine ve çift yönlü iletişime bağlı olan karşılıklı ve uzun dönem yönelimi olan pazarlama yaklaşımıdır (Cevallos ve ark., 2024).

Giderek artan pazarlama çalışmaları, ikame markaların çoğalması marka sadakati yaratım sürecini giderek zorlaştırmaktadır. Marka sadakati günümüzde tüketicilerin sadece tekrar eden satın alma davranışından ziyade, o markaya olan bağlılık, güven, duygular gibi kavramları da içerisine almıştır. Farklı bir ifadeyle marka sadakati, tüketicilerin belirli markaya yönelik değiştirmesi zor yönelimleri olarak karşımıza çıkmakla beraber, marka itibarına, farkındalığına ve karlılığına katkı sağlayan da bir unsurdur. Bu bağlamda sadakat, satın alma davranışının yanı sıra güven, bağlılık gibi faktörleri içerisinde barındıran geniş kapsamlı bir sistemdir (Hossain & Kibria, 2024). Bankacılıktan perakendeye, gıda sektöründen spor giyime kadar pek çok alanda yapılan güncel araştırmalar marka sadakatini işletmenin iletişimi, itibarı, kalitesi, sunulan hizmetin kişiselleştirilmesi, gibi birçok unsurun anlamlı derecede etki ettiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla işletmelerin marka sadakati yaratmak için ilişkisel pazarlamadan yararlanmak istemesi tercih edilen tercih bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, literatür çatısı altında ilişkisel pazarlama stratejilerinin ve temel bileşenlerinin marka sadakati üzerindeki etkilerinin incelemektir. Bu temel amacın yanısıra ilişkisel pazarlama yaklaşımlarının sektörlere göre değişiklik gösterme durumunu da ele alınmaktadır.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. İlişki Pazarlaması Kavramı

Küresel rekabet ortamında müşterilerin giderek artan değeri ile ilişki pazarlaması hızla gelişmektedir. İlişkisel pazarlama, müşteriler dahil tüm paydaşlar ile karlı, uzun vadeli ve karşılıklı faydalara dayalı ilişkiler kurma, sürdürme ve geliştirme sürecidir (Akbaş, 2022).

Literatürde ilişki pazarlaması, geleneksel pazarlamanın satış odaklı yaklaşımını daha ileriye taşıyarak, işletme ve müşterileri arasında uzun süreli, karşılıklı değere bağlı bir yaklaşım şeklinde ifade edilmektedir (Erdoğan ve ark., 2011).

İlişki pazarlamasının hedefi, müşteri ve işletme arasında güven, memnuniyet, sadakat, değer ve söz unsurları çerçevesinde uzun dönemde ve ortak fayda amacıyla yaratım yapmak, sürdürmek ve arttırmaktır (Karaca, 2003). İlişki pazarlaması sayesinde işletme ve müşteri arasında yoğun bir bilgi ağı oluşmaktadır (Gülmez ve Kitapçı, 2003).

İlişki pazarlamasını belirleyen üç temel faktör olduğunu ifade etmiştir. Bu faktörler; veri tabanlı pazarlama, etkileşimli pazarlama ve ağ (network) pazarlaması şeklindedir. Veri tabanlı pazarlama ve ilişki pazarlaması birbirleriyle iç içe olmakla beraber veri tabanlı pazarlamanın gelişmesinin, ilişki pazarlamasını da geliştireceği öngörülmektedir (Gülmez ve Kitapçı, 2003).

Endüstriyel pazarlar doğrultusunda ortaya çıkmış olan etkileşim yaklaşımında, geleneksel pazarlamadan farklı olarak müşterilerin ihtiyaçları doğrultusunda işletmeleri seçen taraf olduğu görüşü esastır (Armutlu, 2006). Etkileşim yaklaşımının mantığını müşteri işletme arası iletişim oluşturmaktadır (Gülmez & Kitapçı, 2003). İlişki pazarlamasının gelişimde önemli bir yere sahip olan şebeke yaklaşımı, işletmeleri sadece karşılıklı ve tek ilişki içinde değil, çok sayıda tarafın birbirlerine bağlı ve bu tarafların karmaşık bir grubun parçası olarak ele almaktadır. Şebeke yaklaşımın temelini etkileşim yaklaşımı atmış olmakla beraber etkileşim yaklaşımının gelişmiş ve kapsamlı hali şeklinde ifade edilebilir (Armutlu, 2006).

2.2. İlişki Pazarlamasının Geleneksel Pazarlamadan Farkı

Geleneksel pazarlama anlayışı, müşteriyi pazarlama faaliyetleri uygulanan karşı taraf olarak görmektedir, ilişki pazarlaması müşteriyi sürecin aktif bir parçası olarak görmektedir. Grönroos (1994), iki yaklaşım arasındaki en temel farkı odak noktası olarak açıklamaktadır. Geleneksel pazarlama satışa ve kısa vadeli kar kazanmaya odaklanmaktayken, ilişkisel pazarlama mevcut müşterileri ile arasındaki ilişkiyi sürdürmeye ve uzun vadeli değer yaratmaya odaklanmaktadır şeklinde ifade etmektedir.

İlişkisel pazarlamada yeni müşteri elde etmekten ziyade mevcut müşteriler ile olan bağın güçlendirilmesi, geliştirilmesi ve sürdürülebilmesi daha fazla önem taşımaktadır (Karaca, 2003). Geleneksel pazarlama ise ürün satış ve karı odak noktasına almaktadır (Deniz ve Kamer, 2013). Dolayısıyla, geleneksel pazarlama ilişkisel pazarlamaya göre daha kısa vadeli bir yapıya sahiptir.

Geleneksel pazarlama ürünü esas alırken, ilişki pazarlamada müşteri temel odak noktasıdır. Geleneksel pazarlama ve ilişki pazarlama arasında bulunan bir diğer fark ise geleneksel pazarlama yaklaşımında bireye yönelik satış söz konusudur. İlişki pazarlamada bu durum mevcut müşteri sadakati üzerine konumlanmaktadır. Bu bağlamda ilişki pazarlama “müşteri” kavramı ve bu kavramın işletmeye getirdiği faydaya odaklanmaktadır (Bilik ve Tuncalı Yaman, 2020).

Geleneksel pazarlama ve ilişki pazarlaması arasındaki farklardan en temel olanı tarafların sürece katılım şekli ve süresi olarak ortaya çıkmaktadır. Geleneksel pazarlama kısa süreli ve bağımsız satışa odaklanırken, ilişki pazarlama geçmiş deneyimler üzerinden hareket eden, süreklilik gösteren ve tarafların birbirlerine olan bağlılığa odaklanmaktadır (Erdoğan ve ark., 2011).

Geleneksel pazarlama tek taraflı ve satın alma ile son bulan bir davranış biçimi iken, ilişki pazarlaması satın alma sonrasında da devam eden bağlılığı arttıran ve uzun dönemli etkileşim sağlayan bir yaklaşım türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.3. İlişki Pazarlamasının Temel Bileşenleri

Morgan ve Hunt (1994) Güven-Bağlılık teorisini, ilişki pazarlamasının sadece birer bileşeni olarak değil ilişkinin temel merkezi unsurları olarak görmektedir. Bu teoriye göre, bu iki kavram uzun vadeli ve sürdürülebilir bir ortaklığın olmazsa olmaz unsurlarıdır.

2.3.1. Güven

Güven unsuru ilişki pazarlamanın vazgeçilmez parçalarından bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu unsur temel bağlamda, karşılıklı olarak tarafların birbirlerine dürüst oldukları inancını benimsemektedir. Oluşturulan güven ortamı ile tüketici, işletmeye karşı pozitif yaklaşım sergilemektedir. Başka bir açıdan ele alacak olursak, güvensizliğin uzun vadede ziyade kısa vadeli bir ortam yaratıyor olması ideolojisi de güven kavramının ilişki pazarlamasındaki yerini ortaya koymaktadır (Çimen, 2022).

Güven faktörü başka bir ifade ile açıklanacak olursa, ilişki pazarlamasında karşılıklı olarak niyetin ve verilen beyanların gerçekleşeceğine dair inançlar ve kanaatlerdir (Hacıfendioğlu, 2005).

2.3.2. Bağlılık

İlişki pazarlamasında bağlılık, kısa vadeli yaklaşımdan ziyade uzun vadeli yaklaşım sergilemeye ve karlılığı müşteri elde tutarak kazanmaya yönelik hareket etmektedir. Grönroos’a (1994) göre ilişki pazarlaması bağlamında, firmaların

temel odağının mevcut müşterinin müşteri sadakati ve bağlılığına yönelik hareket etmesidir.

Rekabet yoğunluğu olan pazarlarda uzun dönemli ve müşteriler ile oluşan bağlılıklar rekabet avantajı yaratmakta büyük avantaj sağlamaktadır. Bu bağlamda işletmeler müşteri bağlılığı yaratmak için önemli derecede gayret göstermektedir. İlişki pazarlamasında müşteri bağlılığı (bağlılık faktörü) ise müşteri ve işletme arasındaki sürekliliğin sağlanmasında belirleyici unsur olarak görülmektedir (Hacıfendioğlu, 2005).

2.3.3. Müşteri Memnuniyeti

Müşteri Memnuniyeti, modern pazarlamanın olmazsa olmaz parçalarından biri olmakla beraber tüketicinin satın almış olduğu üründen beklediği performans ile algıladığı performans arasındaki farktır. Farklı bir ifadeyle, müşteri memnuniyeti, tüketicinin satın almış olduğu üründen tatmin olması ve pozitif duygular geliştirmesidir (Uyar, 2019). Müşteriler ürün ve hizmet satın alırken hem fiziksel hem de psikolojik ihtiyaçlarını karşılamasını beklemektedirler. Memnuniyet ise tüketicilerin satın alma öncesi beklentileri ile satın alma sonrasında karşılaştıkları tatmin düzeyi arasında ortaya çıkan farktır (Haghigh Khiabani ve Karakadılar, 2016).

2.3.4. Karşılıklılık

Karşılıklılık, ilişki pazarlamasında tarafların (müşteri ve işletmenin) amaçları doğrultusunda her iki tarafında hedeflerinin temin edilmesi ve verilen sözlerin yerine getirilmesidir (Grönroos, 1994). İlişkisel pazarlama karşılıklılık kavramını, geleneksel pazarlamanın aksine tek taraflı değil çift taraflı olduğuna dayanmaktadır. İşletme ve müşteri arasında bulunan bu etkileşim iki tarafında değer yaratarak paylaşımda bulunmaya devam etmesi ile ilişki sürdürülmektedir (Deniz ve Kamer, 2013).

2.3.5. Empati

İlişki pazarlamasında empati, işletme müşteri arasında karşılıklı etkileşimi bir adım öteye taşıyarak bağların oluşturulmasında önemli yeri olan bir boyut olarak ele alınabilmektedir. Literatüre göre empati, satıcının, kendini müşteri yerine koyarak ona özel ve kişiselleştirilmiş ilgi oluşturma kabiliyeti şeklinde açıklamaktadır. Ayrıca bu yaklaşım çeşidi sadece müşteri, işletme arasındaki bağ değil aynı zamanda müşteri ve çalışanlar arasındaki bağ da beslemektedir. Özellikle, hizmet işletmelerinin empati unsurunu dikkate alarak yaklaşım sergilemesi uzun vadeli ve sürdürülebilir etkileşimlerde kritik rol oynamaktadır (Taşkın ve ark., 2014).

2.3.6. İletişim

İlişkisel pazarlama sürecinde iletişim, güven inşasında önemli rol oynayan ancak önemi göz ardı edilen stratejik bir bileşendir. Etkili iletişim, müşterilere net açıklamalar, anlaşılır bir dil ve doğru tavsiyelerden oluşmaktadır. İletişim çift yönlü olmakla beraber, müşteri geri bildirimlerinin ve fikirlerinin önemsenmesi sunulan hizmetin kalitesini arttıracak ve ilişkiyi daha sağlam bir aşamaya taşıyacaktır (Taşkın ve ark., 2014).

2.4. İlişki Pazarlaması Stratejileri

İlişki pazarlaması stratejileri, karşılıklı olarak müşteri, işletme arasında uzun dönemli bağ kurulması ve sürdürülmesi hedefleriyle tasarlanan çalışmalar bütünüdür (Morgan ve Hunt, 1994). Bu çalışmalar ilişki pazarlamasının stratejilerini oluşturmakta beraber literatürde farklı uygulamalar ve programlar şeklinde sınıflandırılmaktadır. Bu stratejiler CMR (Müşteri İlişkileri Yönetimi) yönetimin birer parçası ve kişiselleştirilmiş hizmet sunma, sadakat programları geliştirmek, satış sonrası destek unsurlarını kapsayan çalışmaları da içerisinde barındırmaktadır (Sheth vd., 2012). Bu kapsamda, söz konusu stratejilerin hepsinin ortak ve odak noktaları güven, bağlılık gibi ilişki pazarlamasının temel bileşenlerini, dolayısıyla ilişki pazarlamasını besleyen çalışmalar olmasıdır (Tjizumaue, 2023; Akbaş, 2022).

2.4.1. Sadakat Programları

İlişkisel pazarlama literatüründe “süreklilik pazarlama” çatısı altında yer alan sadakat programlarının temel amacı, işletmenin mevcut müşterilerini korumak ve bağlılığını uzun vadede sürdürerek işletmeye (markaya) sadakatini arttırmaktır. Bu uygulamalar, sadakat kartları ve üyelikler şeklinde yapılabilmektedir. Müşteriler sadakat kartları ya da üyelikleri ile puan toplamak, indirimlerden yararlanmak gibi çeşitli avantajlar ile ödüllendirilebilmektedir (Sheth vd., 2012). Farklı bir ifadeyle açıklanacak olursa, ilişkisel pazarlamanın bir parçası olan sadakat programları, müşterilerin yapmış oldukları işlemler karşılığında puanlar veya ödüller sağlayarak satın alma davranışının tekrarına teşvik eden uygulamalar şeklinde ifade edilebilir. Sadakat programlarının uygulanmasındaki temel amaçlar ise işletmenin kâr marjını arttırmak, müşterilerin satın alma sıklığını arttırmak ve müşteri kitlesini koruma isteği oluşturmaktadır (Akbaş, 2022).

Renart ve Cabré (2007), sadakat programlarını CMR'nin yapı taşlarından olduğu kabul etmekle beraber her zaman bu durumun başarılı olmadığını savunmaktadır. Her zaman memnun müşterinin markaya sadık kalacağı veya sadık olan müşterilerin karlılığı arttıracacağı düşüncelerinin tutarlı olamayacağını

ifade etmektedir. Başarılı sadakat stratejisinin sadece ödülleri ya da puanlar bağlamında olmayacağı bunun yerine işletmenin misyonu ve değerlerine uygun strateji geliştirilmesi gerektiği ifade edilmektedir.

2.4.2. Kişiselleştirilmiş Hizmet Sunumu

İlişki pazarlamasının temel parçalarından bir tanesi olan kişiselleştirilmiş hizmet sunumu, literatürde “bire bir pazarlama” (one-to-one marketing) ismi verilen stratejinin bir bileşenidir. Bu yaklaşıma göre müşterilerin her birinin istek ve ihtiyaçlarını benzersiz şekilde tatmin edilmesi gerektiği anlayışıdır. Bu anlayışın geçerliliği ise veri madenciliği tekniği sayesinde her müşterinin etkileşimini ayrı ve bireysel şekilde analiz edilmesi ve çözümlenmesi şeklinde hareket etmektedir. Dolayısıyla, işletmeler bu strateji bağlamında, özellikle yüksek gelir grubuna mensup müşterilerinin güven ve bağlılığını arttırarak rekabet avantajı sağlayabilecektir (Sheth vd., 2012). Kişiselleştirilmiş hizmet sunumunu müşteriye, satın alıcı olarak görmekten ziyade “misafir” niteliğinde gören kurumsal kültürün parçası olarak ifade edilebilecektir. İşletmelerin müşteri etkileşimlerini analiz ederek, müşteriye özel teklif ve servis hizmeti sundukça, müşterilerde pazarlama mesajlarına karşı olan duyarlılık ve markaya olan sadakat de artacaktır (Renart ve Cabré, 2007).

2.4.3. Satış Sonrası Destek Hizmetleri

Satış sonrası destek hizmetleri, ilişkisel pazarlama için büyük öneme sahip bir yaklaşımdır. Söz konusu yaklaşım satın alma işleminden sonrasını kapsamıyla, müşteri bağlılığının devam ettirilmesi için kritik bir unsurdur. Özellikle satış sonrası pazarlama programları, müşteriler ile etkileşimin devam etmesi ve kalıcı bağlar oluşturulmasına olanak sağlamaktadır. Günümüzde işletmeler bu unsura önem vermekte ve süreci tek taraflı yönetmek yerine, müşterileri de sürece dahil etmektedir. Bu şekilde iş birliğine dayalı yapı oluşturulmakta ve satış sonrası destek hizmetlerini müşteri bağlılığını getiren bir araca dönüştürmektedir (Sheth vd., 2012). Renart ve Cabré (2007), bu süreçte özellikle şikâyet yönetiminin (şikâyet giderme oranının) müşteri tutundurmasında önemli bir rolü olduğunu vurgulamaktadır.

2.5. Marka Sadakati Kavramı

Marka sadakati, pazarlama literatüründe yer etmiş ve başlıca unsurlarından bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Erdoğan & Küçükkancabaş Esen, 2015). İşletmeler için müşteri sadakati ve sadakat seviyeleri kritik önem taşımaktadır. Bu sebepten ötürü işletmelerin müşteri sadakatini etkileyen unsurların bilinmesi ve buna uygun hareket edilmesi gerekmektedir (Karaman, 2020). Marka sadakati,

sadece ürünün tekrar eden satın alma davranışından çok daha fazlasıdır. Marka sadakati, tüketicilerin markaya karşı olumlu tutum sergilemesi, pozitif duygular ile markayı bağdaştırması ve bağlı kalmasıdır (Karabayır ve Sarıtaş, 2024).

Marka sadakati, temel olarak tüketicilerin bir markaya ya da işletmeye olan bağlılığıdır. Farklı bir ifadeyle marka sadakati, rakiplere, rakiplerin pazarlama girişimlerine veya tutumu değiştirecek tüm unsurlara karşın, tercih ettikleri ürün ya da hizmetleri yeniden ve sürekli olarak satın almaya devam etmesi şeklinde ifade edilmektedir (Ilıcalı ve ark., 2016).

Marka sadakati, pazarda bulunan rakip markalar olmasına rağmen tüketicilerin daha önce tercih etmiş oldukları markalara sadık kalması, tercih edilen ürünü gelecekte satın alma davranışını tekrar ettirmesi ve markaya yönelik olumlu düşünceye sahip olması şeklinde açıklanmaktadır (Şaylan & Tokgöz, 2020).

Geleneksel pazarlama marka sadakatini yalnızca satın alma davranışının tekrarı olarak görmekteyken, ilişki pazarlamasında bu durum eksik kalmaktadır. Sadece satın alma davranışı sergilemek “sahte sadakat” olarak isimlendirirken, ilişki pazarlaması çerçevesinde marka sadakati, satın alma kararıyla beraber bireyin markaya olan bağlılığı şeklinde ele alınmaktadır (Morgan ve Hunt 1994).

2.5.1. Marka Sadakatini Etkileyen Faktörler

Marka sadakatini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Karabayır ve Sarıtaş (2024) tarafından yapılan araştırmada marka güveni (tüketicinin markaya olan inancı), marka imajı (markanın zihinsel algısı) ve algılanan kalitenin (sunulan hizmetin niteliği) marka sadakati ile doğrudan ilişki içerisinde olduğu ortaya konmuştur.

Başarılı bir marka sadakati geliştirmek için marka güvenine önemli ve öncü bir unsur olarak yer etmektedir. Marka güveni, tüketicilerin markaya yönelik inanç şeklinde ifade edilmektedir. Bu inanç, tüketicilerde marka sadakati oluşumuna da yol açmaktadır (Şaylan & Tokgöz, 2020). Marka imajı ise tüketicilerin marka ile bütünleştirdiği faktörlerin tamamıdır. Erdoğan ve Küçükkancabaş Esen (2015) yapmış oldukları çalışma sonucunda markaların tüketicilerin zihninde olumlu olarak yer etmesi ve marka imajının bu doğrultuda artmasının markaya olan güveni ve sadakati de olumlu yönde etkilediğini saptamıştır.

Demirağ (2023), marka sadakatine etki eden unsurların güçlü marka çağrışımları olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda marka sadakati yaratmakta etkin rol oynayan unsurlar, marka imajı, marka algısı, marka güveni ve marka bağlılığı olarak ele alınmıştır. Çalışma kapsamında sonuç olarak marka imajının,

marka sadakati üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki sağlayan unsur olduğu tespit edilmiştir.

Algılanan kalite sunulan ürün ve hizmetin gerçek kalitesinden ziyade tüketicilerin zihninde oluşan kalite derecesidir. Yıldırım (2021) tarafından yapılan çalışmada algılanan kalitenin marka sadakati üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Çalışmada belirtildiği üzere algılanan kalite, marka sadakatini markayı tüketicilerin zihninde rakip ürün ve hizmetlerden daha kaliteli bulması ve bu bağlamda tercih etmesi, kusursuz olduğunu düşünmesi ve dayanıklı bulması gibi nedenleriyle satın almaya devam etmesidir. Dolayısıyla tekrar eden satın alma davranışının marka sadakatini oluşturduğu söylenebilecektir.

3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

3.1. Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar

Çam (2018) tarafından Siirt ilinde bankacılık sektöründe faaliyet gösteren kamu ve özel bankalar üzerinden yürütülen araştırmada bankaların gerçekleştirdiği ilişki pazarlaması yaklaşımlarının müşteri sadakati üzerinde rolünü ortaya koymak amaçlanmıştır. 450 adet uygulanan anket sonucunda kullanılabilir 386 anket verisi üzerinden yapılan analiz sonucunda söz konusu yaklaşımın müşteri sadakatini %54,6 oranında etkilediği ortaya çıkartılmıştır. Araştırma bulguları, özellikle müzakere boyutunun müşteri sadakatini etkileyen bir faktör olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca ortaya çıkan bir diğer analiz sonucu ise bağlılık ve iletişim boyutlarının ilgili sektörde yeterli seviyede olmadığı bu bağlamda müşteri sadakatini etkileyen bir faktör olması ifade edilmiştir.

Çakırkaya (2019) tarafından yapılan çalışmada ilişkisel pazarlama çalışmalarının, marka sadakati üzerinde herhangi bir etkisinin bulunup bulunmadığını belirlemeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda Konya ilindeki bankalardan hizmet alan kişiler üzerinde marka sadakatinin etkileri incelenmiştir. Veriler, amaçlı örnekleme yöntemi ile toplanmış ve regresyon analizine tabi tutulmuştur. Çalışma sonucunda ise ilişkisel pazarlamanın ekonomik ve yapısal bağların değişkenlerinin marka sadakatini anlamlı düzeyde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşın, çalışmada sosyal bağların marka sadakati yaratılmasında anlamlı bir etkisi olmadığı saptanmıştır. Bu bağlamda çalışmada elde edilen bulgular, müşteri bağlılığını arttırmak için doğru ilişkisel pazarlama çalışmalarının pozitif şekilde etkileyeceğini ortaya koymuştur.

Bilik ve Tuncalı Yaman (2020) tarafından hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, müşteri sadakatinde ilişki pazarlamasının pozitif sonuçlarını araştırmak amacıyla yapılan çalışmada İstanbul'da ikamet eden ve kolayda örnekleme yolu ile seçilen 15 yaşın üzerinde olan 150 katılımcı ile

araştırma yapılmıştır. Araştırmada doldurulan 150 anketten 144 katılımcıya ait veriler araştırmada kullanılmaya uygun bulunmakla beraber araştırmanın sonucunda ilişkisel pazarlamanın, müşteri sadakati üzerinde olumlu bir etkisi olduğu saptanmıştır.

Çimen (2022) tarafından yapılan literatür incelemesine dayanan çalışmada ilişki pazarlamanın gelişimini ve temel aldığı stratejileri spor sektöründen örnekler ile ortaya koymayı amaçlanmıştır. Araştırmada, spor sektörünün ve ilişki pazarlamanın birbirine uyumu, karşılıklı güven ve bağlılık temelli uzun vadeli ilişkiler kurmanın önemi vurgulanmaktadır. Araştırma sonucunda ise özellikle Türkiye spor sektörü içerisinde var olan “güvensizlik” ortamında ilişki pazarlamanın ilgili sektör için kritik önemi olduğu ortaya konulmuştur.

Akgün ve ark. (2023) yaptıkları çalışmada, ilişkisel pazarlama uygulamalarının tüketicilerin marka sadakati durumuna etkisini analiz etmeyi amaçlamışlardır. Çalışma kapsamında, kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış olup, Konya’da ikamet eden 18 yaş ve üzeri yetişkinler araştırma evrenini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, Konya ilinde yaşayan ve spor giyim tüketicisi olan 405 kişi anket çalışmasına tabi tutulmuştur. Araştırmanın temel sonucu olarak ilişkisel pazarlamanın marka sadakatine pozitif yönde etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak, çalışmada alt boyutlar ele alındığında, ekonomik ve sosyal bağların marka sadakati üzerinde anlamlı etkisi ortaya çıkmamışken, yapısal bağ boyutunun marka sadakatini anlamlı biçimde etkilediği görülmüştür. Bu bağlamda çalışma kapsamında, tüketicilerin markaya olan sadakatini arttırmak, bağlılıklarını güçlendirmek için ilişkisel pazarlama stratejilerine yer vermesi ve bu durumu yapısal unsurlar üzerinden oluşturması gerektiği söylenebilecektir.

Doğan (2023) tarafından yapılan çalışmada, ilişkisel pazarlamanın marka sadakatine olan etkisini yiyecek hizmet sektörü üzerinden incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma kapsamında nitel araştırma teknikleri arasında yer alan odak grup görüşmeleri tekniği ile sektöründe öncü gelen yedi satış ve pazarlama profesyoneli ile araştırma yapılmıştır. İçerik analizi yoluyla çözümlenen veriler sonucunda ilişkisel pazarlamanın müşteri sadakati üzerine oluşturduğu etkinin dört temel boyutta şekillendiği ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar; müşteri odaklılık, sadık müşteri oluşturma ve strateji geliştirme şeklindedir. Ayrıca çalışma, özellikle profesyonel katılımcıların perspektifinden incelendiğinde, kişiselleştirilmiş hizmet ve sürekli etkileşimin ilgili sektörde marka bağlılığı yaratmak için büyük önem taşıdığını destekler niteliktedir.

Gücal ve Gürbüz (2024) tarafından yapılan araştırmada, sağlık ve spor merkezi üyelerinin hizmet kalitesine yönelik tutumları, kurumsal sadakatleri ve gelecekte satın alma tercihlerini analiz etmeyi amaçlamıştır. Araştırma yöntemi olarak nicel araştırma tekniği tercih edilmiş ve Ankara’da faaliyet gösteren beş

farklı özel sağlık ve fitness merkezinde hizmet alan 476 katılımcı araştırmada yer almıştır. Araştırma sonucunda ise hizmet kalitesi arttıkça işletmeye olan sadakatin ve tekrar satın alma davranışının da tekrarlandığı ortaya konulmuştur. Ancak çalışmadan elde edilen bir diğer bulgu, üyelerin sunulan hizmetlerden istedikleri tatmin düzeyine ulaşamadığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla sürdürülebilir rekabet avantajı, satın alma tekrarı, müşteri sadakati için bu durumların göz önüne alınması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Karayel Bilbil ve Orha Hazar (2024) tarafından yürütülen çalışmada, işletmelerin kurumsal itibarı, marka güveni ve marka sadakati faktörlerinin arasında bağlantının bulunması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında nicel araştırma teknikleri arasında yer alan ilişkisel tarama modeli tercih edilmiş olup, kolayda örnekleme yoluyla 577 katılımcıya çevrimiçi anket uygulaması yapılmıştır. Çalışma sonucunda ise marka sadakati üzerinde özellikle duygusal çekicilik, finansal performans ve marka güveninin önemli bir rolü olduğu gözlemlenmiştir. Marka güvenilirliğine ise kurumsal itibarın alt faktörleri arasında yer alan çalışma ortamı, duygusal çekicilik, finansal performans ve sosyal sorumluluğun olumlu etki edildiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca çalışma, marka güveninin marka sadakatini olumlu şekilde etkilediğini destekler nitelikte sonuçlara ulaşılmıştır.

3.2. Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar

Ansori (2022) tarafından gerçekleştirilen vaka analizinde, PT. Hasel Milek Jaya firmasında ilişkisel pazarlamanın müşteri sadakati üzerindeki yansımalarını analiz etmeyi hedeflemiştir. Bu bağlamda çalışmada, 2021 yılında tüm müşterilerini (727 müşteri) araştırma evreni içerisinde tutmakta ve amaçlı örnekleme yolu ile seçilen 88 müşterisi araştırma örneklemini oluşturmaktadır. Katılımcılardan veriler anket yardımıyla toplanmış ve toplanan veriler basit doğrusal regresyon analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda; ilişkisel pazarlama yaklaşımlarının müşteri sadakati üzerinde anlamlı ve yüksek bir yansıması olduğu sonucu ortaya çıkarılmıştır.

Okpara ve ark. (2024) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, ilişki pazarlamanın gıda ve içecek sektöründe etkilerini kurumsal güven, kurumsal bağlılık, kurumsal iletişim ve kurumsal hizmet faktörlerinin marka sadakati üzerinde yansımalarını ele almayı amaçlamışlardır. Bu bağlamda, Nijerya'nın Jos bölgesindeki tüketiciler arasından basit seçkisiz örnekleme yolu ile belirlenen 287 katılımcıdan veriler anket yardımıyla toplanmıştır. Elde edilen veriler doğrusal regresyon analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda; kurumsal güven, bağlılık, iletişim ve hizmet kalitesinin marka sadakati üzerinde anlamlı yansımaları olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu bulgular çerçevesinde, rekabet

yoğun sektörlerde (özellikle içecek pazarında) işletmelerin, tüketicilerin tekrar satın alma davranışı sergilemesi ve bunu sürdürebilir kılması için güven faktörüne ve etkin iletişim stratejilerine önem vermesi gerektiği ifade edilebilecektir.

Cevallos ve ark. (2024) yapmış oldukları çalışmada, ilişkisel pazarlama ve müşteri sadakati arasındaki ilişkiyi perakende sektöründe incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışma kapsamında perakende sektöründe hizmet alan 384 tüketicinin verileri anket yardımıyla toplanmıştır. Nicel ve kesitsel bir yaklaşımla devam ettirilen çalışmada yapılan analizler, ilişkisel pazarlama ile müşteri sadakati arasında yüksek ve pozitif düzeyde ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda araştırma sonucunda, ilişkisel pazarlamanın perakende sektöründe marka sadakati sağlamak, dolayısıyla rekabet avantajı oluşturmak için önemli ve belirleyici bir yaklaşım olduğu ortaya konulmuştur.

Panduro-Ramirez ve ark. (2024) tarafından yapılan çalışmada ilişkisel pazarlama yaklaşımlarının ve marka aşkının gelişmekte olan pazarlarda özellikle bankacılık sektöründeki etkilerini incelemeyi amaçlamışlardır. Bu bağlamda nicel araştırma tercih edilmiş ve Peru'nun Lima kentindeki 402 banka müşterisi üzerinden anket yoluyla elde edilen veriler, yapılan yapısal eşitlik modellemesi analizine tabi tutulmuştur. Çalışmanın sonucunda; ilişkisel pazarlama yaklaşımlarının marka aşkına doğrudan etkisi tespit edilmiştir. Araştırmada ortaya çıkan bir başka sonuç ise marka aşkının marka sadakati üzerinde güçlü ve pozitif yönde etkisi olduğu ifade edilmiştir. Kısaca, özellikle bankacılık sektöründe ilişkisel pazarlamanın, duygusal bağların uzun vadeli ilişkiler oluşturmak ve sürdürmek için temel teşkil etmektedir.

Kolomytseva ve ark. (2024) yapmış oldukları çalışmada, günümüz dijital dönüşümünde ilişkisel pazarlama yaklaşımlarını müşteri deneyimi odaklılığını ele almış ve teknolojik entegrasyonun müşteri sadakati üzerindeki rolünü incelemişlerdir. Veriler araştırmacı tarafından, 17 ve 65 yaş aralığında olan 479 katılımcıdan anket yoluyla elde edilmiş ve elde edilen veriler regresyon ve kümeleme analizleri aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda; sadakat oluşturmanın en önemli unsurlarının hizmetin kişiye özel olması, işletmenin müşteri taleplerine yanıt verme süresi ve modern dijital çözümler ile etkileşim deneyimini geliştirmek olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu bağlamda çalışma dijitalleşme sürecinin müşteri yaşam döngüsüne katkı sağlayan ve sürdürülebilirliğini arttıran bir olgu olduğu vurgulanmaktadır.

Mulima (2025) tarafından yürütülen çalışmada, hızlı tüketim malları (FMCG) sektöründe ilişkisel pazarlama boyutlarının (güven, algılanan değer, geçiş maliyeti ve empati) müşteri sadakati üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Analiz kapsamında, 45 farklı firmada görev yapan 794 pazarlama profesyonelinden

rastgele örnekleme yaklaşımı ile seçilen 267 pazarlama profesyoneli ile betimsel araştırmaya dayalı şekilde çalışma devam ettirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda; güven, algılanan değer, geçiş maliyeti ve empati faktörlerinin müşteri sadakatini pozitif ve anlamlı şekilde etkilediği gözlemlenmiştir. Ayrıca, özellikle güven faktörünün marka sadakati üzerinde ne çok etkiye sahip olan unsur olduğu ortaya çıkmıştır.

Rosário ve Casaca (2025) tarafından literatüre dayalı yapılan çalışmada, müşteri bağlılığının ilişkisel pazarlama stratejilerinin başarısındaki rolünü incelemeyi amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda, 2012 ve 2022 yılları arasında yayımlanan 99 makaleye biyometrik literatür taraması yöntemi aracılığıyla analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular, ilişki pazarlamasının temelinde müşteri bağlılığı olduğunu gösterdiği ifade edilmiştir. Ayrıca araştırmada, tüketicilerin markaya bağlılık duyması sadece sadakati değil aynı zamanda ağızdan ağıza iletişim yoluyla pozitif marka güvenilirliğine katkı sağladığı ifade edilmektedir.

4.SONUÇ VE ÖNERİLER

İlişkisel pazarlama stratejilerinin ve ilişkisel pazarlamanın temel bileşenlerinin marka sadakati üzerindeki etkilerinin incelenmesi amacıyla yapılmış olan bu çalışma sonucunda ilişki pazarlamasının marka sadakati oluşturma ve sürdürmekte önemli bir etken olduğu ortaya çıkmıştır.

Çalışma, ilişki pazarlaması yaklaşımlarının sektörlere göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Örneğin, etkileşim hızının yüksek olduğu sektörlerde, güveni temel alan yaklaşımlar, işletme ve işletme ile ilişki kuran paydaşlar arasında bir bağlılık yaratmakta ve sürdürmektedir. Bu oluşan bağlılık ise ilişkilerin uzun vadeli yapıya dönüşmesinde katkı sağlamaktadır (Çimen, 2022). Bu bağlamda, işletmelerin kendi sektörünü ve müşteri yapısını analiz ederek doğru stratejiler ile pazarlama yaklaşımlarında bulunması gerekmektedir. İlişki pazarlaması doğrultusunda doğru yaklaşımların uygulanması tüketicilerin marka sadakatine olumlu yönde etki edecektir.

Markalar tüketicilere sundukları kaliteli ürün ve hizmetin yanı sıra, duygusal bağ kurmaları ile müşteri sadakati sağlanabilmektedir (Karabayır ve Sarıtaş, 2024). Bu bağlamda, ilişkisel pazarlama öğeleri ile kurulacak olan karşılıklı ve uzun vadeli ilişkiler marka sadakatini etkileyen bir faktör olacaktır.

Sonuç olarak günümüz yoğun rekabet ortamında, marka sadakatini arttırmak, mevcut müşteri portföyünü korumak isteyen işletmelerin, sadece ekonomik teşvikler kullanması yeterli olmayacaktır. Pazarlama stratejiler kapsamında, bu ekonomik teşviklerin ötesine geçmeleri ve müşteriler ile duygusal bağlar oluşturmaları gerekmektedir. Müşteriler ile kurulacak olan bağların özellikle

“güven” faktörü çerçevesinde şekillendirilmesi uzun vadeli ve sürdürülebilir ilişkilerin temelini oluşturacaktır. Bu doğrultuda, ilişkisel pazarlama sadece kâr amaçlı ve satış yönlü yapılan bir strateji olmaktan ziyade, zorlu ve yoğun pazar koşullarında rekabet avantajı kazandıracak önemli bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gelecekte yapılacak olan ampirik çalışmalarda, farklı sektörlerden aynı anda hizmet alan tüketiciler üzerinden, ilişki pazarlaması kapsamında sektörel karşılaştırma yapılması da literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akbaş, Y. Z. (2022). İlişkisel pazarlama (Relationship marketing). S. Doğan & M. Yücel Güngör (Ed.), *Turizm endüstrisinde modern pazarlama yaklaşımları 2* içinde (ss. 23-48). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ansori, P. B. (2022). The effect of relationship marketing on customer loyalty: A case study. *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 1(1), 57-62. <https://doi.org/10.54099/aijms.v1i1.209>
- Armutlu, C. E. (2006). İlişkisel pazarlamanın teorik temelleri: Etkileşim ve şebeke yaklaşımları. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 1-16.
- Bilik, N. & Tuncalı Yaman, T. (2020). İlişkisel pazarlamanın müşteri sadakatine etkisi: Hazır giyim sektörü örneği. *İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi*, 2(1), 73-90.
- Cevallos, S., Torres, K. D. & Miranda-Guerra, M. (2024). Relationship marketing and customer loyalty: A quantitative analysis in the retail sector. *IBIMA Business Review*, 2024, Makale ID 710234. <https://doi.org/10.5171/2024.710234>
- Çakırkaya, M. (2019). İlişkisel pazarlama uygulamalarının marka sadakati üzerindeki etkisi üzerine bir araştırma. *Turkish Studies - Social Sciences*, 14(4), 1367-1385. <https://doi.org/10.29228/TurkishStudies.23425>
- Çam, O. (2018). İlişki pazarlaması ve müşteri sadakati (Siirt ili bankacılık sektörü örneği). *Kesit Akademi Dergisi*, 4(14), 488-505.
- Çimen, Z. (2022). Gelişimi, teorileri, taktikleri ve spordan örneklerle ilişki pazarlama. *International Journal of Sport, Exercise & Training Sciences*, 8(4), 103-118. <https://doi.org/10.18826/useeabd.1063108>
- Demirağ, F. (2023). Tüketicilerin marka algısı ve marka sadakati ilişkisi: Perakendeci mağazalar üzerine bir araştırma. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1, 72-84.
- Deniz, S. & Kamer, H. (2013). İlişkisel pazarlama kavramı. *ABMYO Dergisi*, (29-30), 3-16.
- Doğan, M. (2023). The effect of relationship marketing practices on customer loyalty in the food service industry: A qualitative study on senior sales and marketing professionals. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(2), 1516-1536. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1215>
- Erdoğan, B. Z., Tiltay, M. A. & Kimzan, H. S. (2011). Pazarlama teorisi'nin felsefi temelleri: Değişim mi, ilişki mi?. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-28.

- Erdoğan, Y. & Küçükkancabaş Eren, S. (2015). Marka imajı ile marka sadakati arasındaki ilişkide marka güveninin aracılık rolü. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34(1), 135-150.
- Grönroos, C. (1994). From marketing mix to relationship marketing: Towards a paradigm shift in marketing. *Management Decision*, 32(2), 4-20.
- Güçel, A. Ç. & Gürbüz, B. (2024). Relationships between service quality, customer loyalty and customer repurchase intention: The example of health and fitness clubs. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 15(2), 253-276. <https://doi.org/10.54141/psbd.1409794>
- Gülmez, M. & Kitapçı, O. (2003). İlişki pazarlamasının gelişimi ve yakın geleceği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 81-89.
- Hacıfendioglu, Ş. (2005). İlişki pazarlaması ve turizm sektöründe bir saha araştırması. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9), 69-93.
- Haghighi Khiabani, Y. & Karakadılar, İ. S. (2016). Marka sadakati yaklaşımlarına etki eden öncül faktörlerin incelenmesine yönelik bir ampirik çalışma. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 6(1), 56-66.
- Hossain, M. Z. & Kibria, H. (2024). Exploring the evolution of brand loyalty in the age of social media. *Journal of Service Science and Management*, 17(3), 219-247. <https://doi.org/10.4236/jssm.2024.173011>
- İlcalı, İ. B., Yönet, Ö., Şahin, Ş. & Suher, H. K. (2016). Algılanan marka benzerliğinin; marka sadakati, marka tatmini ve servis kalitesi ile olan ilişkisi: Kargo kategorisine yönelik bir araştırma. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(46), 295-319. <https://doi.org/10.14783/od.v12i46.1000010016>
- Karabayar, M. & Sarıtaş, A. (2024). Marka sadakatinde marka imajı, marka güveni ve algılanan hizmet kalitesi faktörlerinin incelenmesi: Çankaya ilçesi üzerinde bir araştırma. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 7(1), 203-217. <https://doi.org/10.33712/mana.1491409>
- Karaca, Ş. (2003). Hizmet sektöründe ilişki pazarlaması. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (3), 441-454.
- Karaman, D. (2020). İlişkisel pazarlama bilinirliğinin ve uygulamalarının belirlenmesi üzerine hizmet sektörlerinde nitel bir araştırma. *Alanya Akademik Bakış*, 4(2), 521-539. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.703212>

- Karayel Bilbil, E. & Orha Hazar, S. (2024). Kurumsal itibar, marka güveni ve marka sadakati kavramlarına yönelik bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 17(1), 100-131. <https://doi.org/10.18094/josc.1389535>
- Kolomytseva, O., Boyko, A. & Vasylenko, O. (2024). Customer experience and brand loyalty in relationship marketing strategies: Analysis and methodological aspects. *Economic Bulletin of Cherkasy State Technological University*, 25(2), 23-41. [https://doi.org/10.24025/2306-4420.73\(2\).2024.320718](https://doi.org/10.24025/2306-4420.73(2).2024.320718)
- Morgan, R. M. & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Mulima, R. S. (2025). Relationship marketing and customer loyalty in the Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) industry in Nairobi County. *International Journal of Research and Scientific Innovation (IJRSI)*, 12(8), 1054-1066. <https://doi.org/10.51244/IJRSI.2025.120800113>
- Okpara, J. A., Maude, I. J., Nwobi, H. H. & Micah, A. D. (2024). Role of relationship marketing on customers' brand loyalty of Intercontinental Distillers Company Limited products in Jos North Local Government Area of Plateau State. *Research Journal of Business and Economic Management*, 7(1), 1-15. <https://doi.org/10.31248/RJBEM2024.095>
- Panduro-Ramirez, J. A., Gallegos-Reyes, M. A., Villar-Guevara, M., García-Salirrosas, E. E. & Fernández-Mallma, I. (2024). The role of relationship marketing and brand love among banking consumers in an emerging market context. *Administrative Sciences*, 14(12), 343. <https://doi.org/10.3390/admsci14120343>
- Renart, L. G. & Cabré, C. (2007). *How to improve a CRM strategy* (Working Paper No. 690). IESE Business School, University of Navarra.
- Rosário, A. T. & Casaca, J. A. (2025). The effects of commitment on relationship marketing. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 22, 1245-1256. <https://doi.org/10.37394/23207.2025.22.125>
- Sheth, J. N., Parvatiyar, A. & Sinha, M. (2012). The conceptual foundations of relationship marketing: Review and synthesis. *Economic Sociology: The European Electronic Newsletter*, 13(3), 4-26.
- Şaylan, O. & Tokgöz, E. (2020). Marka güveni ve marka sadakati ilişkisinde marka özdeşleşmesinin düzenleyici rolü. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 144-163. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1391>
- Taşkın, E., Düger, Y. S., Söylemez, C., Boz, D., & Polat, F. (2014). İlişkisel pazarlamada iletişim, güven ve empati boyutları ve özel eğitim

- kurumlarında bir uygulama: Kütahya il merkezi örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (Kütahya Özel Sayısı), 7-12.
- Tjizumaue, B. (2023). Buyer / seller relationship in the services sector at the bottom of the pyramid: A commitment-trust theory perspective. *International Journal of Innovation and Economic Development*, 9(5), 18-31. <https://doi.org/10.18775/ijied.1849-7551-7020.2015.95.2002>
- Uyar, A. (2019). Müşteri memnuniyeti ile müşteri sadakati arasındaki ilişkinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi: Otomobil kullanıcıları üzerine bir uygulama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(69), 41-57. <https://doi.org/10.17755/esosder.416556>
- Yıldırım, S. C. (2021). Algılanan kalite ve marka güveninin marka sadakati üzerindeki etkisinde referans grubun aracılık rolü. *Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 98-109. <https://doi.org/10.54339/gupayad.1001556>

5. Bölüm

İnsansız Hava Araçlarının ve Hava Savunma Sistemlerinin İnsan Hakları ve Sivil Güvenlik Üzerindeki Etkileri

Emrah AYHAN¹, Ümit KUZU²

1. GİRİŞ

Son yıllarda meydana gelen teknolojik gelişmeler, mevcut savaş yöntemlerini ve devletlerin güvenlik politikalarını değiştirmiştir. İnsansız hava araçlarının (İHA) askerî operasyonlarda giderek daha fazla kullanılması en önemli gelişmelerden biridir. Başlangıçta keşif ve gözetleme amacıyla kullanılan İHA'lar, daha sonra hedef belirleme ve saldırı gibi yeni görevleri yapmaya başlamıştır. Çünkü, özellikle Silahlı İnsansız Hava Araçlarının (SİHA) yaygınlaşmasıyla birlikte devletler operasyonel açıdan yeni imkânlara sahip olmuştur. Ancak, yaşanan sivil kayıplar ve insan hakları ihlallerinden sonra SİHA gibi yeni teknolojilerin siviller üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunun araştırılması zorunlu hale gelmiştir. Çünkü, İHA ve SİHA'lar aracılığıyla yürütülen operasyonlarda; askerî hedefler ile siviller arasında ayrım yapılması, güç kullanımının düzeyi ve ortaya çıkan zarardan kimin sorumlu tutulacağı gibi bazı hukuki sorunlar ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, bu araçların silahlı çatışmalarda kullanılması gibi durumların mevcut uluslararası hukuk kuralları tarafından denetlenmesi önem arz etmektedir. Örneğin, bir İHA saldırısının hukuka uygun bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için bu saldırının askerî bir hedefe yönelik olması, sivil kayıpları azaltacak önlemlerin alınması ve beklenen sivil zararın elde edilmek istenen somut ve doğrudan askerî üstünlüğe göre aşırı olmaması gerekmektedir. Ayrıca, koşulların değişmesi veya hedefin askerî niteliğine yönelik şüphe oluşması durumunda ise uluslararası hukuk kurallarına göre mevcut saldırının durdurulması gerekmektedir (Cenevre Sözleşmelerine Ek I No.lu Protokol, 1977, md. 48, 51 ve 57; Melzer, 2013).

İHA'ların sınır ötesi operasyonlarda kullanılması ve belli bir hedefi ortadan kaldırmaya yönelik faaliyetleri, yaşam hakkı ve devletlerin egemenliği gibi iki önemli konu açısından tartışılmaktadır. Buna ek olarak, uzun süreli gözetleme faaliyetleri özel hayatın gizliliğini ve kişisel verilerin korunmasını ihlal

¹ Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü,
<https://orcid.org/0000-0001-6152-7509>.

² Yüksek Lisans, Anadolu Üniversitesi, İnsan Hakları Programı,
<https://orcid.org/0009-0000-1587-6089>

edebilmektedir. Buna karşın, ulusal güvenlik nedeniyle devletler tarafından operasyonlara yönelik bilgilerin sınırlı bir şekilde açıklanması ise hukuki sorumluluğun belirlenmesini ve kamu denetiminin gerçekleştirilmesini zorlaştırmaktadır. Bu kapsamda, Melzer'e (2013) göre, silahlı İHA kullanımında şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi hususlar eksik olduğu için insan haklarının korunması açısından ciddi sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Benzer bir şekilde, Callamard (2020) da bu teknolojilerin yaygınlaşması sonucunda ölümcül güç kullanımının kolaylaştığını ve yaşam hakkının korunmasına yönelik sorunların arttığını belirtmektedir.

İHA ve SİHA'ların neden olduğu tehditlerin artması sonucunda, hava savunma politikalarının kapsamının genişletilmesi zorunlu hale gelmiştir. Çünkü, günümüzde hava savunma sistemleri hem savaş uçaklarına hem de balistik füzeler, seyir füzeleri ve farklı özelliklere sahip İHA'lar gibi çok katmanlı ve birbirleriyle bağlantılı savunma sistemlerine karşı geliştirilmek zorundadır. Dolayısıyla, bu sistemler hem askerî tesislerin hem de yerleşim alanlarının ve kritik altyapıların korunmasında kullanılmaktadır. Bu nedenle, hava savunması, ulusal güvenlikle birlikte sivil güvenliğin ve yaşam hakkının korunması açısından da önem arz etmektedir.

Türkiye'nin yakın çevresinde yaşanan çatışmalar, yeni hava sistemlerine yönelik ihtiyacı daha önemli hâle getirmiştir. Örneğin, Rusya-Ukrayna Savaşı'nda kullanılan İHA ve füze saldırılarının Karadeniz çevresinde oluşturduğu riskler Türkiye'yi de etkilemektedir. Diğer taraftan, İsrail-Filistin çatışmasında, İsrail'in hava saldırılarının siviller ve kritik altyapılar üzerindeki olumsuz etkileri nedeniyle hem bölgeyle tarihi, insani ve kültürel bağları bulunan Türkiye hem de uluslararası hukuk açısından insan hakları konusu gündeme gelmiştir. Ayrıca, Türkiye hava sahasına yaklaşan veya ülke sınırları içinde başka ülkelere ait İHA'lar tespit edilmiştir. Bilinçli ya da bilinçsizce bu İHA'lar tarafından yapılan sınır ihlalleri, Türkiye'deki sivil yerleşim alanları açısından riskli bir durumdur.

Türkiye, son yıllarda yaşanan gelişmeler ışığında yeni hava tehditlerine karşı HİSAR ve SİPER gibi yeni sistemler geliştirmiştir. Bu kapsamda, "Çelik Kubbe" isimli projeye farklı alanlara yönelik geliştirilen hava savunma sistemlerinin, algılayıcıların ve silahların ortak bir ağ içinde çalışması hedeflenmektedir. Ayrıca, ortak ağ sayesinde bilgilerin gerçek zamanlı olarak harekât merkezlerine ulaştırılmasına ve yapay zekâ desteğiyle karar vericilere aktarılmasına yönelik planlar yapılmaktadır (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2024; STM ThinkTech, 2020). Çünkü, gelişmiş hava savunma sistemlerinin geliştirilmesi sivillerin ve kritik altyapıların korunması açısından önem arz etmektedir. Ancak, gözetim ve hedef tespit kapasitesinin genişlemesi nedeniyle özel hayatın gizliliği,

kişisel verilerin korunması ve hesap verebilirlik açısından bazı sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Özellikle, yapay zekâ destekli sistemler tarafından yürütülen hedefin belirlenmesi ve müdahale kararının verilmesi gibi süreçlerde insan denetiminin nasıl gerçekleştirileceği belirlenmelidir.

İHA ve SİHA sistemlerine yönelik çalışmaların bazıları bu araçların askeri etkinliğini, operasyonel kabiliyetlerini, terörle mücadelede kullanım alanlarını ve ulusal güvenliğe etkilerini araştırmaktadır (Genç & Erciyes, 2020; Gettinger, 2019; Millî İstihbarat Akademisi, 2025; Singer, 2009). Diğer taraftan, insan haklarına yönelik çalışmalar ise silahlı İHA saldırıları, hedefli öldürme uygulamaları, gözetim ve sivil kayıplar gibi konuları tartışmaktadır (Borg, 2021; Callamard, 2020; Melzer, 2013). Bu çalışmada ise İHA'ların neden oldukları riskler ve bu risklere karşı geliştirilen hava savunma sistemleri aynı araştırma çerçevesinde incelenmektedir. Bu doğrultuda, Rusya-Ukrayna Savaşı, İsrail-Filistin çatışması ve Türkiye'deki sınır aşan İHA olayları değerlendirilmiştir. Son olarak, Türkiye'nin çok katmanlı geliştirdiği hava savunma politikalarının etkileri ve ortaya çıkarabilecekleri insan hakları temelli riskler araştırılmıştır.

1.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı, İHA ve SİHA kullanımının insan hakları ve sivil güvenlik üzerindeki etkilerinin araştırılmasıdır. Bu doğrultuda, söz konusu araçların gözetleme, hedef belirleme ve saldırı amacıyla kullanılması nedeniyle ortaya çıkan hukuki meseleler tartışılmıştır. Araştırmanın kapsamı; yaşam hakkı, kişi güvenliği, özel hayatın gizliliği, hesap verebilirlik ve sivillerin korunmasıyla sınırlı tutulmuştur. Ayrıca, İHA, SİHA ve balistik füze tehditlerine karşı geliştirilen hava savunma sistemlerinin sivillerin, yerleşim alanlarının ve kritik altyapıların korunmasına ne düzeyde katkı sağlayabileceği değerlendirilmiştir. Bu nedenle, ilgili sistemlerin gözetim, hedef tespiti ve müdahale süreçleri nedeniyle ortaya çıkabilecek insan hakları odaklı riskler de araştırmaya dahil edilmiştir.

Bu çalışmada, yeni askeri teknolojilerin sivillere etkileri üç örnek üzerinden tartışılmıştır. İlk örnek, İHA ve füze saldırılarının yoğun bir şekilde kullanıldığı Rusya-Ukrayna Savaşı'dır. İkincisi, hava saldırılarının siviller ve kritik altyapılar üzerindeki etkilerinin yoğun olarak tartışıldığı İsrail ile Filistin arasındaki çatışmalardır. Üçüncüsü ise Türkiye hava sahasına yaklaşan ve Türkiye sınırları içinde tespit edilen İHA olaylarıdır. Böylece, İHA kullanımının siviller üzerindeki etkileri, sınır aşan hava tehditlerinin değişen niteliği ve hava savunma sistemlerine duyulan ihtiyaç gibi konular detaylı bir şekilde tartışılmıştır.

Türkiye'ye yönelik yapılan değerlendirmelerde, ülkenin mevcut hava savunma politikaları ve son yıllarda geliştirilen sistemler açıklanmıştır. Örneğin,

HİSAR ve SİPER sistemleri ile Çelik Kubbe kapsamında oluşturulması planlanan bütünleşik hava savunma yapısı araştırılmıştır.

Ayrıca, yeni geliştirilen radar ve erken uyarı sistemleri, uzaktan erişim sağlayabilen komuta kontrol merkezleri, elektronik harp çeşitleri ve karşı-İHA/SİHA sistemleri gibi teknolojilerin hem teknik özellikleri hem de bu sistemlerin insan hakları ve sivil güvenlik üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çünkü, bu sistemlerin hava saldırılarını önleme, sivil kayıpları azaltma ve temel kamu hizmetlerinin devamlılığını sağlama gibi temel özellikleri bulunsa da sürekli gözetim, kişisel verilerin işlenmesi, hatalı hedef tespiti ve yapay zekâ destekli karar süreçlerinde sorumluluğun belirlenememesi gibi konular tartışmalara neden olmaktadır.

1.2. Araştırma Tasarımı ve Sınırlılıklar

Bu araştırmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çünkü, nitel araştırma sayesinde olaylar kendi bağlamları içinde değerlendirilebilir ve farklı bilgi kaynakları aynı araştırma içinde incelenebilir (Creswell & Creswell, 2018). Bunun için, araştırılan konu hakkındaki yazılı kaynakların incelenmesi, sınıflandırılması ve yorumlanmasına dayanan belge analizi yöntemi kullanılmıştır (Bowen, 2009). Böylece, İHA/SİHA teknolojileri ile hava savunma sistemlerinin askerî, hukuki ve insani açıdan nasıl etkilere sahip oldukları değerlendirilmiştir.

Araştırmanın verileri; teorik ve ampirik araştırmalar, uluslararası kuruluşların resmî raporları, hukuki metinler, resmî kurum açıklamaları ve kamuya sınırlı olarak açılan savunma kaynakları gibi çeşitli kaynaklardan elde edilmiştir. Bu kaynaklar seçilirken, ilgili araştırmanın konusuyla doğrudan ilgili olmasına, doğrulanabilir bilgi içermesine ve güvenilir bir kurum ya da yayıncı tarafından yayımlanmış olmasına dikkat edilmiştir. Örneğin, Birleşmiş Milletler, NATO ve Uluslararası Kızılhaç Komitesi (ICRC) tarafından yayımlanan resmi raporlar incelenmiştir. Buna ek olarak, Türkiye'nin hava savunma politikaları ve sistemleriyle ilgili bilgileri elde etmek için ise Savunma Sanayii Bakanlığı, Millî Savunma Bakanlığı, ASELSAN, ROKETSAN ve benzeri kurumların açık erişim olarak yayınladıkları belgeler incelenmiştir.

İkincil kaynakların değerlendirilmesinde, İHA, SİHA, balistik füze ve çok katmanlı hava savunmasıyla ilgili kavramsal ve teknik bilgiler açıklanmıştır. Daha sonra, “yaşam hakkı”, “kişi güvenliği”, “özel hayatın gizliliği”, “hesap verebilirlik” ve “sivillerin korunması” gibi sivil hakların yeni teknolojilerden nasıl etkilendiği araştırılmıştır. Bu doğrultuda, uluslararası hukuk kuralları tarafından düzenlenen ve çatışmalar esnasında uyulması gereken “ayrım gözetme”, “orantılılık” ve “saldırıda önlem alma” gibi ilkeler de incelenmiştir.

Mesela, Rusya ile Ukrayna Savaşı (iki taraflı İHA/SİHA kullanımı) ve İsrail ile Filistin (tek taraflı İHA/SİHA kullanımı) arasındaki çatışma örnekleri üzerinden İHA/SİHA ve füze saldırılarının sivilleri, insan haklarını ve kritik altyapıları nasıl etkilediği araştırılmıştır. Ayrıca, Türkiye hava sahasını ihlal eden İHA/SİHA'lara yönelik olaylar da sınır aşan tehditler ve sivil güvenlik açısından araştırılmıştır.

Çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle, incelenen, erişilebilen ve kamuya açık olan belge miktarının sınırlı olduğu söylenebilir. Çünkü, savunma sistemlerinin askerî nitelikte olmaları nedeniyle bu sistemlerin teknik kapasiteleri, operasyonel işleyişleri ve karar süreçleri hakkındaki bilgilerin tamamına ulaşılamamıştır. İkincisi, incelenen çatışmalar devam ettiği için sivil kayıpların düzeyi ve saldırıların etkileri hakkındaki veriler zaman içinde değişebildiği için kaynaklar arasında farklılık olabilmektedir. Ayrıca, bu çalışmada hava savunma sistemlerinin teknik performansı incelenmediği için sahadan birincil veri toplanmamıştır. Dolayısıyla, bu çalışmada, kamuya açık kaynaklar çerçevesinde, İHA ve savunma sistemlerine yönelik politikaların insan hakları ve sivil güvenlik açısından etkilerine odaklanılmıştır.

2. KAVRAMSAL VE HUKUKİ ÇERÇEVE

İHA ve hava savunma sistemlerinin insan hakları üzerindeki etkilerini anlamak için bazı önemli kavramların açıklanması önem arz etmektedir. Örneğin, İHA ve SİHA gibi bazı unsurların hem teknik özellikleri hem de hangi amaçlarla kullanıldıkları ortaya farklı hukuki sonuçlar çıkarabilmektedir. Benzer şekilde, hava savunma sistemlerinin de hem askerî güvenlik açısından önemi hem de sivillerin ve kritik altyapıların korunmasındaki rolü açıklanmalıdır. Dolayısıyla, bu bölümde İHA, SİHA, balistik füze ve çok katmanlı hava savunması kavramları tartışılmıştır. Ardından, bu kavramların insan hakları ve sivil güvenlik üzerindeki etkileri kapsamında uluslararası insancıl hukuk ve insan hakları hukuku değerlendirilmiştir.

2.1. İnsansız Hava Araçları ve Silahlı İnsansız Hava Araçları

“İnsansız hava aracı” (İHA) kavramı, genel olarak içinde pilot veya yolcu bulunmadan uçabilen ve görevini uzaktan kumandayla veya belirli ölçüde otonom olarak yerine getirebilen hava aracı olarak tanımlanabilir. İHA'lar; kamera, sensör, haberleşme cihazı gibi farklı özelliklerde donatılırken farklı ağırlıkta faydalı yükler taşıyabilirler (Türk Hava Kurumu, t.y.). Çünkü İHA'lar, büyüklük, menzil, uçuş süresi ve kullanım amacı bakımından farklılaşmaktadırlar. Örneğin, küçük ve kısa menzilli araçlardan farklı olarak yüksek irtifada uzun süre görev yapabilen daha gelişmiş sistemler de geliştirilmiştir.

İHA'lar askerî ve sivil alanlarda farklı görevlerde kullanılmaktadır. Mesela, sivil kullanım amacıyla afet yönetimi, arama-kurtarma, gözlem, tarımsal faaliyetler, haritalama ve lojistik gibi alanlarda kullanılabilirler. Diğer taraftan, askerî güvenlik amacıyla ise sınırların izlenmesi, keşif, gözetleme, istihbarat ve hedef tespiti gibi alanlarda katkı sunmaktadır. Çünkü, insanlı hava araçlarının kullanılması bazı bölgelerde tehlikeli olduğu için İHA kullanımı daha fazla öne çıkmaktadır.

Son yıllarda geliştirilen “Silahlı İnsansız Hava Araçları” (SİHA) ise, İHA'lara silah veya mühimmat taşıma ve kullanma yeteneği kazandırılmasıyla geliştirilmiştir. SİHA'lar, keşif, gözetleme ve hedef belirlemenin yanı sıra düşman hedeflerine saldırı düzenleyebilmektedir. Özellikle, bu araçlar uzaktan kontrol edilebildikleri için operasyonu gerçekleştiren personel bizzat çatışma alanında bulunmak zorunda değildir. Buna ek olarak, SİHA'ların uzun süre havada kalabilmeleri ve bazı operasyonlarda insanlı savaş uçaklarına göre daha düşük maliyetle kullanılabilmeleri, bu araçların askerî güvenlik açısından önemini artırmıştır (Gettinger, 2019; Singer, 2009).

Tablo 1. İHA ve SİHA Sistemlerinin Temel Özellikleri

Değerlendirme ölçütü	İHA	SİHA
Temel özellik	İçinde pilot bulunmadan uzaktan kumandayla veya belirli ölçüde otonom olarak uçabilen hava aracıdır.	Silah veya mühimmat taşıma ve kullanma kapasitesine sahiptir.
Taşıdığı sistemler	Kamera, sensör, haberleşme cihazı ve göreve uygun diğer faydalı yükleri taşıyabilir.	İHA'lardan farklı olarak silah veya mühimmat taşıyabilir.
Önemli kullanım alanları	Keşif, gözetleme, istihbarat, sınır güvenliği, arama-kurtarma, haritalama ve çevresel gözlem yapabilir.	Keşif, gözetleme, hedef tespiti, silahlı destek ve saldırı yapabilir.
Güç kullanma kapasitesi	Doğrudan silahlı güç kullanma kapasitesi yoktur. Ancak elde ettiği bilgiler saldırı kararı verirken kullanılabilir.	Tespit edilen hedeflere karşı doğrudan silahlı gücü kullanabilir.
İnsan hakları açısından temel konu	Gözetim, mahremiyet ve kişisel verilerin kullanılması gibi endişelere neden olabilir.	Yaşam hakkı, sivillerin korunması, hedefleme, hukuki sorumluluk ve hesap verebilirlik gibi endişelere neden olabilir.

Kaynak: Türk Hava Kurumu (t.y.), Gettinger (2019), Melzer (2013) ve Callamard'dan (2020) yararlanılarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

SİHA ile İHA arasındaki temel fark, SİHA'ların silah veya mühimmat kullanma kapasitesine sahip olmasıdır. Ancak, İHA'lar hem askeri hem de sivil güvenlik alanlarında gözetleme ve hedef belirleme süreçlerinde kullanılabilmektedir. Bu nedenle, İHA ve SİHA'ların insan hakları üzerindeki etkileri değerlendirilirken hem silah taşıma kapasiteleri hem de kullanım amaçları ve elde edilen bilgilerin nasıl kullanıldığı araştırılmalıdır. Çünkü, İHA'lar tarafından gerçekleştirilen uzun süreli gözetim, özel hayatın gizliliği ve kişisel verilerin kullanılması açısından bazı endişelere neden olurken SİHA'ların saldırı amacıyla kullanılması ise yaşam hakkı, hedef seçimi, sivililerin korunması ve sorumluluğun belirlenmesi gibi konuları gündeme getirmektedir (Callamard, 2020; Melzer, 2013).

2.2. Balistik Füze Tehditleri ve Çok Katmanlı Hava Savunma Sistemleri

“Balistik füze” kavramı, fırlatıldıktan sonra belirli bir yüksekliğe ulaştıktan sonra uçuşlarının büyük kısmını balistik yörüngede tamamlayarak hedefe yönelen silah sistemi olarak adlandırılmaktadır. Bu füzeler hem konvansiyonel hem de nükleer, biyolojik veya kimyasal savaş başlıklarını taşıyabilirler. Özellikle, menzilleri, hızları ve uçuş özellikleri farklı olduğu için bu füzelerin tespit edilip etkisiz hâle getirilebilmeleri için gelişmiş radar, erken uyarı ve önleme sistemlerine ihtiyaç bulunmaktadır (NATO, 2025; STM ThinkTech, 2020).

Genel olarak incelendiğinde; balistik füzeler, seyir füzeleri, İHA'lar ve SİHA'lar hava tehdidi oluşturma açısından benzer görünseler de uçuş özellikleri açısından birbirlerinden farklılaşmaktadırlar. Öncelikle, balistik füzeler yüksek hızda ve belirli bir yörünge üzerinden hedefe ulaşırken, seyir füzeleri daha alçak irtifada ve yönlendirilebilir bir uçuş hattında hareket etmektedirler. Diğer taraftan, SİHA'lar ve İHA'lar ise düşük hızda uçsalar da uzun süre havada kalabildikleri için başka tehdit türleri olarak görülmektedirler. Özellikle küçük İHA'ların radar izlerinin düşük olması, bu araçların erken tespit edilmesini zorlaştırmaktadır.

Tablo 2’de de görüldüğü üzere, farklı özelliklere sahip çeşitli saldırı sistemlerine karşı koyabilmek için tek bir savunma sistemine dayalı koruma yetersiz kalacaktır. Bu doğrultuda, bir ülkenin hava savunma sistemi sadece hedefi etkisiz hâle getiren silahlardan oluşmamalıdır. Bu hedefe ek olarak; radarlar, elektro-optik algılayıcılar, erken uyarı sistemleri, haberleşme altyapısı ve komuta-kontrol merkezi gibi unsurların da geliştirilmesi gerekmektedir. Böylece, tehditler zamanında tespit edilip doğru bir şekilde tanımlanırken ve bilgiler ilgili savunma unsuruna daha etkili aktarılacağı için müdahalenin başarı ihtimali yükselecektir. Bu doğrultuda geliştirilen “çok katmanlı hava savunma

sistemleri”, farklı irtifa ve menzillerde görev yapan sistemlerin birbirini tamamlayacak bir şekilde bir arada kullanılması olarak tanımlanabilir. Mesela, kısa menzilli sistemler alçak irtifadan yaklaşan tehditlere karşı görev yaparken, orta ve uzun menzilli sistemler ise daha uzak mesafelerdeki hedeflerin tespit edilmesinde ve önlenmesinde kullanılmaktadır. Böyle çok katmanlı bir yapıda radar ve algılayıcılardan elde edilen bilgiler ortak bir hava resmi içinde toplanmaktadır. Daha sonra, yeni teknolojiler sayesinde tehdidin niteliği, hızı, irtifası ve yaklaşma yönü belirlendikten sonra bu tehdide en uygun müdahale kapasitesine sahip savunma araçları devreye sokulmaktadır. Örneğin, NATO’nun bütünsel hava ve füze savunma sisteminde birbirine bağlı ulusal sistemler algılayıcılar, komuta-kontrol araçları ve silah sistemleri üzerinden birlikte çalışmaktadırlar (NATO, 2025).

Tablo 2. Balistik Füze, Seyir Füzesi ve İHA/SİHA Tehditlerinin Genel Özellikleri

Değerlendirme ölçütü	Balistik füze	Seyir füzesi	İHA/SİHA
Uçuş biçimi	Fırlatıldıktan sonra balistik yörünge izleyerek hedefe yönelir.	Uçuş boyunca yönlendirilebilir ve çoğunlukla daha alçak irtifada hareket eder.	Uzaktan kontrol edilebilir veya belirli ölçüde otonom görev yapabilir.
Genel hız özelliği	Genellikle yüksek hızda hareket eder.	Füze türüne göre değişse de genel olarak balistik füzelere göre daha düşük hızdadır.	Çoğu, füzelere göre daha düşük hızda hareket eder.
Tespit açısından temel güçlük	Yüksek hız, kısa müdahale süresine ve uçuş yörüngesine sahiptir.	Alçak irtifa, araziye takip eden uçuş ve yön değiştirebilme yetenekleri bulunur.	Küçük boyut, düşük radar izi, alçak irtifa ve farklı yönlerden yaklaşabilme gibi özellikleri bulunur.
Taşıyabileceği yük	Konvansiyonel veya farklı türde savaş başlıklarına sahiptir.	Genellikle konvansiyonel veya farklı türde savaş başlıklarına sahiptir.	Kamera, sensör, haberleşme sistemi, mühimmat veya göreve uygun başka yük taşıma gibi unsurları içerir.
Savunma ihtiyacı	Uzun menzilli radar, erken uyarı ve uygun füze önleme sistemlerine sahiptir.	Alçak ve orta irtifa algılayıcıları ile hava savunma sistemleriyle donatılmıştır.	Radar, elektro-optik ve radyo frekansı algılayıcıları ile elektronik veya fiziksel karşı-İHA sistemlerine sahiptir.

Kaynak: STM ThinkTech (2020), NATO (2025) ve Wang vd.’den (2021) yararlanılarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

“Erken uyarı sistemleri”, ilgili tehdidin mümkün olduğunca uzaktan ve erkenden tespit edilmesini ve müdahale için zaman kazanılmasını sağlayan araçlar olarak tanımlanabilir. Ancak küçük, alçaktan uçan veya sürü hâlinde kullanılan İHA’lara karşı geleneksel hava savunma sistemlerindeki uyarı sistemleri yetersiz kalabilmektedir. Bu nedenle karşı-İHA sistemleri geliştirilmeye devam etmektedir. Çünkü İHA/SİHA’lara karşı kullanılan yeni teknolojiler, izinsiz veya tehlikeli İHA/SİHA’ların tespit edilmesine, izlenmesine, tanımlanmasına ve etkisiz hâle getirilmesine katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla, erken uyarı sistemleri doğrultusunda yapılacak müdahaleler; hem sinyal karıştırma, haberleşme bağlantısını kesme, yönlendirme ve engelleme gibi elektronik yöntemlerle hem de fiziksel önleme araçlarıyla yürütülebilir (Genç & Erciyes, 2020; Wang vd., 2021).

Her ne kadar hava savunma sistemlerinin amacı hava tehditlerini önlemek olsa da, müdahalenin yapılacağı yer ve kullanılacak yöntem sivil güvenlik açısından değerlendirilmelidir. Örneğin, yerleşim alanlarına yakın alanlarda yapılan önleyici müdahalelerde, ilgili tehdit aracına ya da bu aracı yok etmek amacıyla ateşlenen mühimmata ait parçaların sivillere yönelik olarak neden olabileceği zararların da göz önüne alınması gerekmektedir. Bu nedenle; erken uyarı, hedef doğrulama ve müdahale süreçleri birlikte planlanmalıdır.

2.3. Ulusal Güvenlik, İnsan Güvenliği ve Sivil Güvenlik

“Ulusal güvenlik” kavramı, bir devletin vatandaşlarını, kurumlarını ve ulusal çıkarlarını iç ve dış tehditlere karşı korumak için geliştirdiği politika, strateji ve önlemlerin tamamı olarak tanımlanmaktadır (EBSCO Information Services, 2019). Geleneksel güvenlik anlayışına göre devletin egemenliği, toprak bütünlüğü ve askerî kapasite daha önemlidir. Ancak savaşların, doğal afetlerin ve teknolojik risklerin sivilleri doğrudan etkilemesi nedeniyle, güvenlik kavramı daha geniş bir şekilde tartışılmaya başlamıştır.

“İnsan güvenliği” kavramı ise güvenliğin merkezine devlet yerine bireyin koyulduğu bir yaklaşımı ifade etmektedir. Örneğin, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından yayımlanan 1994 tarihli İnsani Gelişme Raporu’na göre güvenlik hem ülke topraklarının ve devlet sınırlarının korunması hem de tüm sivillerin güvenliğinin sağlanması anlamına gelmektedir. Bu yaklaşıma göre insanların korkudan ve yoksunluktan uzak bir şekilde yaşayabilmeleri de güvenliğin bir parçasıdır (UNDP, 1994). Dolayısıyla, bu yeni yaklaşım Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’nun 66/290 sayılı kararında; insan güvenliği, insanların yaşamlarına, geçimlerine ve onurlarına yönelik yaygın ve ortak tehditlerin belirlenmesine ve bunların giderilmesine yönelik ortaya koyulan kurallarla uyumludur (Birleşmiş Milletler Genel Kurulu, 2012). Benzer bir şekilde, “sivil

güvenlik” ise suçla mücadele, afet yönetimi, kritik altyapıların korunması ve sivillere yönelik tehditlerin önlenmesi gibi durumları ifade etmektedir. Dolayısıyla, bu kavram araştırmada; sivil nüfusun, yerleşim alanlarının, temel kamu hizmetlerinin ve kritik altyapıların İHA, SİHA ve füze tehditlerinden korunması anlamında kullanılmıştır. Çünkü bu çalışmada, hava tehditlerinin siviller üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri araştırılmıştır.

Tablo 3. Ulusal Güvenlik, İnsan Güvenliği ve Sivil Güvenliğin Karşılaştırılması

Değerlendirme ölçütü	Ulusal güvenlik	İnsan güvenliği	Sivil güvenlik
Güvenlik hedefi	Devlet, ülke toprakları ve kurumlardır.	Bireyler ve topluluklardır.	Sivil nüfus ve sivil yaşamdır.
Temel amaç	Egemenliğin, toprak bütünlüğünün ve devlet düzeninin korunmasıdır.	İnsanların yaşamlarının, geçimlerinin ve onurlarının korunmasıdır.	Sivillerin ve yaşam alanlarının güvenlik tehditlerinden korunmasıdır.
Genel kapsam	İç ve dış tehditler, sınır güvenliği ve askerî savunma alanlarıdır.	Bireylerin yaşama hakkını ve günlük koşullarını etkileyen tehditlerdir.	Kamu düzenine, kritik altyapılara ve sivillere yönelik tehditlerdir.
Bu çalışmadaki karşılığı	Türkiye’nin hava sahasının ve savunma kapasitesinin korunmasıdır.	Hava tehditlerinin bireylerin yaşamları ve hakları üzerindeki etkileridir.	Sivillerin, yerleşim alanlarının ve kritik altyapıların İHA/SİHA ve füze tehditlerinden korunmasıdır.

Kaynak: EBSCO Information Services (2019), UNDP (1994) ve Birleşmiş Milletler Genel Kurulu (2012) temel alınarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

“İnsan güvenliği” ile “sivil güvenlik” kavramları birbiriyle bağlantılı olsa da ikisinin kapsamı aynı değildir. İnsan güvenliği bireylerin yaşamlarını, geçimlerini ve onurlarını etkileyen farklı tehditleri kapsarken, sivil güvenlik ise sivillerin belirli askerî ve teknolojik tehditlerden korunması anlamına gelmektedir. Diğer taraftan, Tablo 3’teki bilgilere göre de “ulusal güvenlik” kavramı devletin ve hava sahasının korunmasını ifade ederken, “insan güvenliği” ve “sivil güvenlik” kavramları ise güvenlik politikalarının bireyler üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır. Bu nedenle, hava savunma politikaları değerlendirilirken ortaya çıkacak çıktıların hem askerî kapasite hem de siviller üzerindeki etkileri bakımından araştırılması önem arz etmektedir.

2.4. Uluslararası İnsancıl Hukuk ve İnsan Hakları Hukuku

“İnsan hakları” kavramı, bireylerin insan olmaları nedeniyle sahip oldukları temel haklar anlamına gelmektedir. Mesela, Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi’ndeki yaşam hakkı, kişi özgürlüğü ve güvenliği, özel hayatın korunması ve ayrımcılık yasağı gibi haklar bu haklara örnek olarak verilebilir (Birleşmiş Milletler, 1948). Benzer bir şekilde, yaşam hakkı ile özel hayatın korunması, Medeni ve Siyasal Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşme’nin 6 ve 17. maddelerinde de düzenlenmiştir (Birleşmiş Milletler, 1966). Dolayısıyla, devletler güvenlik politikalarını uygularken bu hakları da korumak durumundadır. Bu nedenle, SİHA/İHA’ların gözetleme ve saldırı amacıyla kullanılmasının ve hava savunma sistemlerinin müdahale süreçlerinin insan hakları üzerindeki etkileri ayrıca değerlendirilmelidir.

“Uluslararası insancıl hukuk” silahlı çatışmalar sırasında uygulanan hukuk kurallarının bütünüdür. Bu hukuk alanının amacı, çatışmalara katılmayan kişilerin korunması ve savaş sırasında kullanılabilecek yöntem ve araçların sınırlandırılmasıdır. Uluslararası insancıl hukukun temel kaynakları arasında 1949 Cenevre Sözleşmeleri ile bunlara ek protokoller bulunmaktadır. Çünkü, sivillerin ve sivil nitelikteki yapıların korunması bu düzenlemelerin temel konuları arasında yer almaktadır (ICRC, 2024).

Tablo 4’te de belirtildiği gibi insan hakları hukuku ile uluslararası insancıl hukuk farklı koşulları düzenleseler de, silahlı çatışmalar sırasında bu iki hukuk türü birlikte uygulanabilmektedir. İnsan hakları hukukunun sağladığı koruma silahlı çatışma döneminde tamamen sona ermez. Ancak, ölümcül güç kullanımı değerlendirilirken uluslararası insancıl hukuk özel hukuk kuralları olarak uygulanır (Uluslararası Adalet Divanı, 1996, para. 25). Bu nedenle, İHA/SİHA kullanımı hukuki olarak değerlendirilirken olayın silahlı çatışma kapsamında gerçekleşip gerçekleşmediği belirlenmelidir. Çünkü, silahlı çatışma dışında gerçekleştirilen ölümcül güç kullanımı, insan hakları hukukundaki yaşam hakkı ve güç kullanımının sınırları çerçevesinde araştırılırken, silahlı çatışma sırasında ise uluslararası insancıl hukukun hedef seçimi ve saldırının yürütülmesiyle ilgili kurallar uygulanmaktadır (Melzer, 2013; Callamard, 2020).

Tablo 4. İnsan Hakları Hukuku ile Uluslararası İnsancıl Hukukun Karşılaştırılması

Değerlendirme ölçütü	İnsan hakları hukuku	Uluslararası insancıl hukuk
Uygulandığı dönem	Barış ve silahlı çatışmalar dönemlerinde uygulanır.	Bir silahlı çatışma durumunda uygulanır.
Temel amacı	Bireylerin temel haklarını korumak için devletlerin bu haklara yönelik yükümlülüklerinin belirlenmesidir.	Çatışmaların etkilerini sınırlandırmak ve çatışmaya katılmayan kişilerin korunmasıdır.
İHA kullanımı açısından temel konular	Yaşam hakkı, özel hayatın gizliliği, güç kullanımının sınırları ve hesap verebilirlik gibi alanlara odaklanır.	Ayrım gözetme, orantılılık, askerî hedef, askerî gereklilik ve saldırıda önlem alma gibi konuları esas alır.
Bu çalışmadaki karşılığı	Gözetim faaliyetleri ve silahlı çatışma dışındaki müdahaleleri ifade eder.	Silahlı çatışmalarda gerçekleştirilen İHA ve SİHA saldırıları anlamına gelmektedir.

Kaynak: Birleşmiş Milletler (1948, 1966), Cenevre Sözleşmelerine Ek I No.lu Protokol (1977), Uluslararası Adalet Divanı (1996) ve ICRC (2024) temel alınarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

İHA ve SİHA'ların silahlı çatışmalarda kullanılabilmelerine yönelik ayrı bir hukuk düzeni yoktur. Çünkü, mevcut uluslararası insancıl hukuk kuralları, kullanılan aracın insanlı veya insansız olmasına bakmadan uygulanmaktadır. Bu nedenle, bir saldırının hukuka uygun olup olmadığı sadece kullanılan aracın teknik özelliklerine göre belirlenemez. Buna ek olarak; hedefin askerî nitelikte olması, siviller ile askerî hedefler arasında ayrım yapılması, beklenen sivil zararın aşırı olmaması ve zararı azaltacak önlemlerin alınması gibi konular da göz önüne alınmalıdır. Bu sorumluluklar, 1949 Cenevre Sözleşmelerine Ek I No.lu Protokol'ün 48, 51 ve 57. maddelerinde detaylı bir şekilde düzenlenmiştir (Cenevre Sözleşmelerine Ek I No.lu Protokol, 1977).

SİHA'ların uzaktan kontrol edilmeleri, saldırı kararını veren ve SİHA'ları uzaktan kontrol eden kişilerin hukuki sorumluluğunu ortadan kaldırmamaktadır. Tam tersine; hedefin seçilmesi, elde edilen bilgilerin doğrulanması ve saldırının muhtemel sonuçlarının değerlendirilmesi gibi konular da insanların sorumluluğundadır. Özellikle hedefli öldürme operasyonlarında kullanılan ölçütlerin ve karar süreçlerinin kamuoyuna şeffaf bir şekilde açıklanmaması, yapılan faaliyetlerin hukuka uygunluk durumunun denetlenmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle; yaşam hakkı, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi konular daha çok tartışılmaktadır (Melzer, 2013; Callamard, 2020).

SİHA/İHA'ların gözetleme amacıyla kullanıldığı durumlar da insan hakları hukuku kapsamında değerlendirilebilir. Mesela; görüntülerin kaydedilmesi, kişilerin izlenmesi ve elde edilen verilerin kullanılması özel hayatın gizliliğini olumsuz bir şekilde etkileyebilir. Bu nedenle, gözetim faaliyetlerinin hukuki bir

dayanağının bulunması gerektiği için özel hayata keyfi müdahale edilmemelidir (Birleşmiş Milletler, 1966, md. 17).

Hava savunma sistemleri açısından hukuk kurallarının değerlendirilmesinde olayın gerçekleştiği hukuki ortam belirleyici durumdadır. Öncelikle, silahlı çatışma sırasında hava tehditlerine karşı müdahale yapılırken uluslararası insancıl hukuk kuralları dikkate alınmalıdır. Ancak, barış döneminde bir İHA'nın izlenmesi veya etkisiz hâle getirilmesi durumunda ulusal mevzuat, hava sahası güvenliği ve insan hakları hükümleri göz önüne alınmalıdır. Her iki durumda da sivillerin yaşamı ve güvenliği korunmalı ve ilgili müdahalenin doğurabileceği zararlardan kaçınılmalıdır.

İHA/SİHA'ların silahlı çatışmalarda kullanılması durumunda, bu faaliyetlere de diğer silah ve savaş araçlarına uygulanan uluslararası insancıl hukuk kuralları uygulanır. Çünkü, İHA/SİHA'ların kullanıldığı operasyonlarda yaşam hakkı, ayırım gözetme, orantılılık, askerî gereklilik ve saldırıda önlem alma ilkeleri geçerlidir. Örneğin, bu araçlar tarafından yürütülen gözetleme faaliyetlerinde özel hayatın gizliliğine dikkat edilmesi gerekirken, diğer saldırı operasyonlarının yürütülmesinde ise hesap verebilirlik ve hukuki sorumluluk konuları gündeme gelmektedir.

“Yaşam hakkı”, İHA/SİHA kullanımının insan hakları açısından değerlendirilmesinde temel bir kriterdir. Örneğin, Medeni ve Siyasal Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşme'nin 6. maddesine göre hiç kimse keyfi bir şekilde yaşamından yoksun bırakılamaz (Birleşmiş Milletler, 1966). Bu nedenle, silahlı çatışma dışında gerçekleştirilen ölümcül İHA/SİHA operasyonları, yaşam hakkı ve keyfi güç kullanma yasağı kapsamında değerlendirilmelidir. Diğer taraftan, silahlı çatışma durumunda ise yaşam hakkı değerlendirilirken uluslararası insancıl hukukun hedef seçimi ve saldırının yürütülmesiyle ilgili koyduğu kurallar dikkate alınır (Melzer, 2013; Uluslararası Adalet Divanı, 1996).

“Ayırım gözetme” ilkesi hem siviller ile savaşçılar arasında hem de sivil yapılar ile askerî hedefler arasında ayırım yapılmasını gerekli kılmaktadır. Çünkü, saldırılar sadece savaşçılara ve askerî hedeflere yönelik olmalıdır. “Orantılılık” ilkesi ise askerî bir hedefe yapılacak saldırının siviller üzerinde neden olduğu etki düzeyiyle ilgili bir konudur. Mesela, beklenen sivil kaybın veya sivil yapılara verilecek zararın, elde edilmesi beklenen somut ve doğrudan askerî avantaja göre aşırı olması durumunda saldırı gerçekleştirilmemelidir. Diğer taraftan, SİHA'ların hassas hedefleme kapasitesine sahip olması, yapılacak saldırının doğrudan hukuka uygun olduğu anlamına gelmez (Cenevre Sözleşmelerine Ek I No.lu Protokol, 1977, md. 48, 51 ve 52). Çünkü, böyle bir durumda da yine orantılılık ilkesi devreye girmektedir.

3. TÜRKİYE’DE HAVA SAVUNMA SİSTEMLERİNİN GELİŞİMİ

Türkiye’de hava savunma sistemlerinin günümüzdeki durumu, uzun bir modernizasyon sürecinin sonucunda şekillenmiştir. Türk ordusunun bu alandaki ilk uygulamalarının 1912 Trablusgarp Savaşı sırasında ortaya çıktığı ve kara birliklerinin bir uçağa yerden ateş açarak müdahale ettiği belirtilmektedir (Kostak, 2026). Benzer şekilde, Çanakkale Savaşı ve Kurtuluş Savaşı sırasında bazı kara silahları uçaksavar silahı olarak kullanılmıştır. Ancak dönemin sınırlı teknik imkânları nedeniyle hava savunma kapasitesi düşük düzeyde kalmıştır (Kostak, 2026). İkinci Dünya Savaşı sırasında uçaksavar toplarının ve yeni savunma araçlarının envantere alınmasıyla bu kapasite gelişmeye başlamıştır. Radar teknolojisinin kullanılması ve uçaksavar personelinin eğitilmesi de bu gelişmeleri hızlandırmıştır (Kostak, 2026).

Soğuk Savaş sırasında Türkiye’nin 1952 yılında NATO’ya üye olması, hava savunması alanında yeni gelişmelerin başlamasına neden olmuştur. Örneğin, 1955 yılında ABD’den MIM-3 Nike Ajax, 1959 yılında ise MIM-14 Nike Hercules sistemleri alınmıştır. Daha sonra, Nike Hercules sistemleri 1985 yılında yapılan modernizasyon süreciyle birlikte yüksek irtifada ve uzun menzilde görev yapabilen füze sistemlerine dönüştürülmüştür (Mevlütöğlu & Korkmaz, 2017). Sonraki yıllarda; L-70, Oerlikon, Rapier ve Stinger gibi sistemler de savunma envanterine alınmıştır. Bu doğrultuda, Stinger füzelerini kullanabilen Atılğan ve Zıpkın gibi yerli mobil teknolojiler üretilmeye başlamıştır (Mevlütöğlu & Korkmaz, 2017).

Soğuk Savaş’tan sonra artan bölgesel çatışmalar ve Körfez Savaşı nedeniyle balistik füze tehditleri ortaya çıkmıştır. Bu yüzden, Türkiye’nin hava savunması alanındaki ihtiyaçları artmıştır. Böylece, dışa bağımlılığı azaltıp millî ve bütünsel bir savunma sistemi kurabilmek için Türkiye 2000’li yıllardan itibaren uzun menzilli bölge hava ve füze savunma sistemleri geliştirmeye başlamıştır. Bu dönemde, askerî teknoloji alanında dışa bağımlılığı azaltmak amacıyla yerli üretim ve teknoloji transferi de savunma politikasının temel konuları arasına girmiştir (Seren, 2015).

Hava tehditlerinin zaman içinde çeşitlenmesi nedeniyle, Türkiye kısa menzilli sistemlere ek olarak orta ve uzun menzilli sistemlere yönelmiştir. Dolayısıyla hem hava savunması hem de Bayraktar TB2 ve AKINCI insansız hava araçları, ALTAY ana muharebe tankı ve TAYFUN balistik füzesi gibi yerli savunma sistemleri geliştirilmiştir. Bu durum, Türkiye’nin savunma sanayisinde yerli üretim kapasitesini artırma politikalarına verdiği önemi göstermektedir (Savunma Sanayii Başkanlığı, 2025).

3.1. Türkiye'nin Karşı Karşıya Olduğu Hava Tehditleri

Son yıllarda, Türkiye hem geleneksel balistik füzeler hem de seyir füzeleri, savaş uçakları, helikopterler ve farklı özelliklere sahip İHA'lar nedeniyle çoklu hava tehditleriyle karşı karşıyadır (STM ThinkTech, 2020). Dolayısıyla, farklı hız, irtifa ve menzil özelliklerine sahip olan bu tehditler nedeniyle, birden fazla savunma aracının birlikte kullanılması önem arz etmektedir. Özellikle, SİHA/İHA'lara erişimin kolaylaşması devlet ve devlet dışı grupların bu araçları kullanmalarının önünü açmıştır. Ayrıca, bu araçlar hem keşif ve gözetleme amacıyla hem de patlayıcı taşıma, askeri hedeflere saldırma veya kritik tesisler hakkında bilgi toplama amacıyla kullanılabilmektedir (Genç & Erciyes, 2020). Buna ek olarak, düşük maliyetli oldukları ve çok sayıda üretilbildikleri ve farklı yönlerden aynı anda kullanılabildikleri için mevcut savunma sistemleri bu araçları tespit etmede ya da karşı koymada yetersiz kalabilmektedir. Örneğin, İHA/SİHA'lar tarafından gerçekleştirilen sürü saldırıları karşısında sadece füze sistemlerine dayalı bir savunma yapısı etkisiz kalabilir. Bu nedenle, yeni teknoloji radarların, elektro-optik algılayıcıların, elektronik harp araçlarının ve karşı-İHA sistemlerinin birlikte kullanıldığı çoklu bütünleşik sistemler bu tür tehditlerin tespit edilip önlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Wang vd., 2021).

Rusya-Ukrayna Savaşı'nda İHA/SİHA'ların ve füzelerin yaygın olarak kullanılması nedeniyle modern savaşlarda insansız sistemlerin ne kadar önemli olduğu görülmüştür (Millî İstihbarat Akademisi, 2025). Türkiye'nin Karadeniz'e kıyısı bulunan ve savaş halinde olan Rusya ile Ukrayna'ya yakın olduğu için bölgedeki hava hareketlerinin izlenmesi ve sınır aşan tehditlerin erken tespit edilmesi önem arz etmektedir. Özellikle, Aralık 2025'te Karadeniz yönünden Türkiye hava sahasına yaklaşırken düşürülen İHA ile Kocaeli'nin İzmit ve Balıkesir'in Manyas ilçelerinde bulunan İHA'lar, sınır aşan hava tehditlerini yeniden gündeme getirmiştir (İçişleri Bakanlığı, 2025; Millî Savunma Bakanlığı, 2025a; Üren, 2025). Bu olaylar sonucunda, İHA'ların kaynağının ve uçuş amaçlarının ne olduğunun belirlenmesi gerekmiştir. Ayrıca, bu İHA'ların yerleşim alanları ve sivil hava trafiği açısından ne tür riskler oluşturabileceği de değerlendirilmelidir.

Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü üzere, havadan gelen tehdit türleri değiştiği için hem askerî tesisler hem de sivil yerleşim alanları ve kritik altyapılar tehlike altındadır. Örneğin, NATO'nun yeni geliştirdiği bütünleşik hava ve füze savunma yaklaşımı, üye ülkelerin hem askerî kuvvetlerinin hem de nüfuslarının hava ve füze tehditlerine karşı korunmasını hedeflemektedir (NATO, 2025). Bu nedenle, Türkiye hava savunma politikalarını planlarken askeri tesislerin, sivil yerleşim alanlarının, enerji tesislerinin, ulaşım ağlarının, haberleşme altyapısının

ve temel kamu hizmetlerinin hepsini kapsayacak bütüncül bir yaklaşım sergilemektedir.

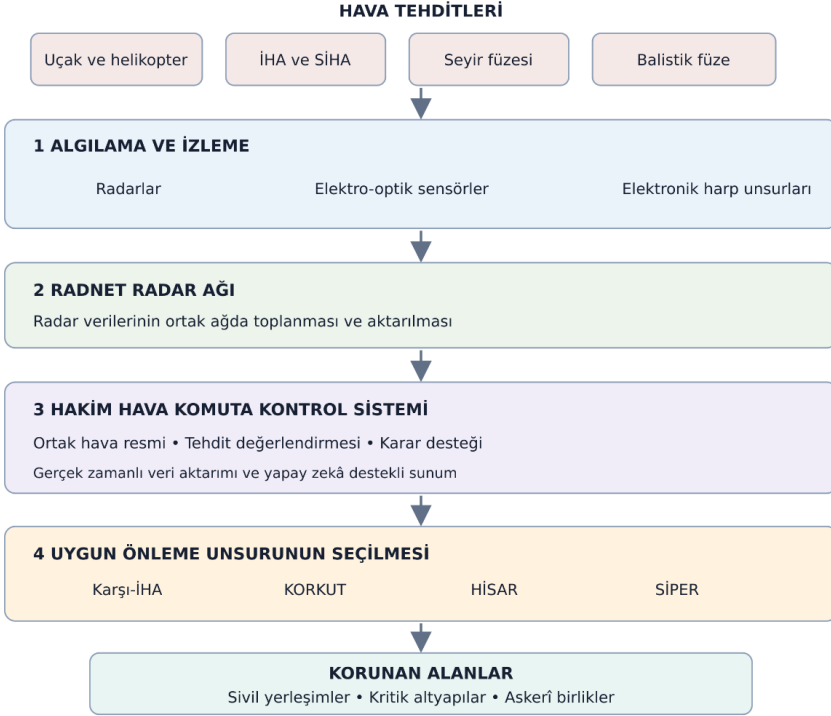
3.2. Türkiye'nin Çok Katmanlı Savunma Sistemi: Çelik Kubbe

Türkiye çok katmanlı hava savunma sistemi inşa etmek için Çelik Kubbe projesini geliştirmiştir. Bu proje, farklı hava savunma sistemi araçlarının ortak bir ağ altında çalışmasını amaçlamaktadır (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2024). Bu yapı altında, HİSAR ve SİPER gibi savunma sistemlerine ek olarak yeni teknoloji radar sistemleri, elektronik harp ve komuta-kontrol araçlarını bir araya getiren bütünlük bir sistem kurulmuştur. Örneğin, HİSAR hava savunma füzeleri; uçak, helikopter, seyir füzesi, havadan karaya füze ve İHA gibi tehditlere karşı geliştirilmiştir (ASELSAN, t.y.). HİSAR-A, alçak irtifa katmanında 15 kilometrenin üzerinde önleme menziline sahipken, orta irtifa katmanındaki HİSAR-O'nun önleme menzili ise 25 kilometre düzeyindedir (ROKETSAN, t.y.a). Diğer taraftan, SİPER hava savunma füzeleri, uzun menzilli bölge hava ve füze savunma ihtiyacı kapsamında geliştirilmiştir. Örneğin, SİPER Ürün-1'in önleme menzili 100 kilometrenin üzerindeyken, SİPER Ürün-2'nin menzili ise yaklaşık 150 kilometre civarındadır (ROKETSAN, t.y.b). Millî Savunma Bakanlığının 15 Aralık 2023 tarihli açıklamasına göre, SİPER Ürün-1 ve HİSAR projelerine yönelik seri üretim sözleşmeleri imzalanmıştır (Millî Savunma Bakanlığı, 2023).

Çelik Kubbe altında, HAKİM ve RADNET gibi hava sahasına yönelik verilerin toplanması ve değerlendirilmesinde kullanılan yeni sistemler de bulunmaktadır. RADNET radar ağı, farklı radarların ortak bir ağ üzerinden işletilmesini sağlarken, HAKİM Hava Komuta Kontrol Sistemi ise sensörlerden gelen verilerin bir araya getirilmesini, ortak hava resminin oluşturulmasını ve çıktıların komuta merkezlerine aktarılmasını sağlamaktadır. Böylece tespit edilen tehdide uygun olan bir önleme unsuru belirlenmektedir (Savunma Sanayii Başkanlığı, 2025). Çelik Kubbe mimarisindeki temel bilgi ve karar akışı Şekil 1'de gösterilmiştir.

Son olarak, daha önce belirtildiği gibi İHA/SİHA'ların yaygınlaşması sonucunda geleneksel hava savunma sistemleri yetersiz kalmıştır. Bu kapsamda, Türkiye'nin çoklu hava savunma sistemi hedefleri doğrultusunda erken uyarı ve karşı-İHA projeleri geliştirilmiştir. Savunma Sanayii İcra Komitesi'nin 6 Ağustos 2024 tarihli toplantısında mini ve mikro boyuttaki İHA/SİHA'lara ve sürü yeteneğine sahip olanlara karşı yeni savunma projelerinin geliştirilmesi tartışılmıştır. Aynı toplantıda radarlar, elektronik harp sistemleri ve durumsal farkındalığı artırmaya yönelik projeler de görüşülmüştür (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2024). Ancak, karşı-İHA/SİHA sistemlerinin sivil yerleşim

alanlarında kullanılacak olması nedeniyle uygulanacak müdahale yönteminin çok dikkatli seçilmesi önem arz etmektedir. Bu nedenle, erken uyarı sürecinde tehdidin isabetli bir şekilde sınıflandırılması ve müdahale kararında çevredeki insanların güvenliğini göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Wang vd., 2021).



Şekil 1. Çelik Kubbe Entegre Hava Savunma Mimarisinde Bilgi ve Karar Akışı
Kaynak: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (2024) ve Savunma Sanayii Başkanlığı (2025)

4. GÜNCEL ÇATIŞMALARDA İHA KULLANIMI VE SİVİL ETKİLER

İHA/SİHA’ların son yıllardaki çatışmalarda yaygın bir şekilde kullanılması, askerî operasyonların gerçekleştirilme yöntemini değiştirmiştir. Çünkü, bu araçlar hem keşif, gözetleme ve hedef tespiti hem de doğrudan saldırı amacıyla kullanılabilir. Diğer taraftan, yerleşim alanlarına ve kritik altyapılara yönelik yapılan saldırılar nedeniyle siviller ciddi tehlike altına girmektedir. Dolayısıyla, bu bölümde Rusya-Ukrayna Savaşı ile İsrail-Filistin çatışmaları üzerinden İHA/SİHA kullanımının sivil haklar üzerindeki etkilerine yönelik bulgular tartışılmaktadır.

4.1. Rusya-Ukrayna Savaşı

Rusya ile Ukrayna arasındaki savaş, İHA/SİHA'ların iki ülke tarafından yoğun bir şekilde farklı amaçlar kapsamında kullanıldığı güncel ve geniş çaplı çatışmalardan biridir. Bu araçlar, savaş bölgelerinde keşif, gözetleme, hedef tespiti, topçu ateşinin yönlendirilmesi ve doğrudan saldırı görevleri gibi alanlarda etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Bu çatışmalarda hem askerî amaçla geliştirilen sistemler hem de ticari araçlardan uyarlanan ve FPV (Birinci Şahıs Görüşü) yöntemiyle kullanılan İHA'lar kullanılmıştır. Bu araçlar düşük maliyetli olsalar da yüksek maliyetli askerî hedeflere ciddi zararlar verebildikleri için çatışmaların operasyonel ve ekonomik yapılarını da değiştirmiştir (Millî İstihbarat Akademisi, 2025).

2026 yılında Ukrayna'daki sivillere ve enerji altyapısına yönelik Rusya'nın İHA/SİHA ve füze saldırıları devam etmiştir. Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği Ofisi'nin 1 Aralık 2025-31 Mayıs 2026 dönemini kapsayan raporuna göre, bu dönemde yaşanan çatışmalar sonucunda 1.272 sivil hayatını kaybetmiş ve 6.871 sivil yaralanmıştır. Görüldüğü gibi uzun menzilli füze ve İHA/SİHA saldırıları hem sivil kayıplara hem de elektrik, ısınma, su, sağlık ve eğitim gibi önemli hizmetlerde kesintilere neden olmuştur. Diğer taraftan, cephe hattında kullanılan kısa menzilli İHA/SİHA'lar ise sivillerin tahliyesini ve insani yardımların ihtiyaç duyulan bölgelere ulaştırılmasını zorlaştırmıştır (Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği Ofisi, 2026). Ancak, Ukrayna da Rusya topraklarındaki askerî, endüstriyel ve enerji tesislerine yönelik İHA/SİHA ve füze saldırıları düzenlemektedir. Rus bölgesel makamlarının açıklamalarına göre, Ağustos 2026'da Belgorod'a yönelik yapılan İHA/SİHA saldırısında 6 kişi hayatını kaybetmiş, aralarında çocukların da bulunduğu siviller yaralanmış ve bazı konutlar zarar görmüştür (Reuters, 2026).

Rusya-Ukrayna çatışmaları kapsamında yapılan saldırılar, hangi ülke tarafından gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin, burada önemli olan yaşam hakkı ve sivillerin korunması konularıdır. Uluslararası insancıl hukuka göre bu saldırıların askerî hedeflere yöneltilmesi, orantılılık ve hedef ayrımı ilkelerine uygun olmalıdır. Örneğin, enerji veya sanayi tesisleri askerî amaçlarla kullanılsa da yapılacak olan saldırı sivilleri ve temel hizmetleri etkileyeceği için saldırıların sonuçları dikkatli bir şekilde değerlendirilmelidir. Dolayısıyla İHA/SİHA ve füze saldırılarının hukuka uygunluğu hedef alınan tesisin niteliğine bağlı olsa da hedef seçimi ve saldırının gerçekleştirilme biçimi de önem arz etmektedir (Cenevre Sözleşmelerine Ek I No.lu Protokol, 1977, md. 48, 51, 52 ve 57).

4.2. İsrail-Filistin Çatışması

İHA/SİHA'lar, İsrail'in askerî operasyonlarında uzun süredir keşif, gözetleme ve hedef belirleme amacıyla kullanılmaktadır. Oldukça uzun süreler havada kalabilen bu araçlar, belirli bölgelerin devamlı izlenmesini ve elde edilen görüntülerin komuta merkezlerine aktarılmasını sağlamaktadır. Özellikle Gazze bölgesinde SİHA/İHA'lar silahlı saldırı görevlerine ek olarak sürekli gözetim aracı olarak kullanılmaktadır. Bu durum, siviller açısından baskı ve belirsizliklere neden olmaktadır (Borg, 2021).

Hamas'ın İsrail'de gerçekleştirdiği 7 Ekim 2023 saldırılarından sonrasında, İsrail'in Gazze'de başlattığı saldırılarda farklı hedefleme özelliklerine sahip hava araçları teknolojilerinden yararlanılmıştır. Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği Ofisi, Ekim-Aralık 2023 döneminde gerçekleştirilen 6 adet hava saldırısını incelemiştir. Rapor, bu saldırılarda ayırım gözetme, orantılılık ve saldırıda önlem alma ilkelerinin ihlal ettiğini ortaya koymuştur. Ancak, Filistinli silahlı grupların İsrail'e yönelik ayırım gözetmeyen roket saldırılarının da uluslararası insancıl hukuka aykırı olduğunu belirtmek gerekmektedir (Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği Ofisi, 2024).

Saldırıların siviller üzerinde oluşturduğu olumsuz etkiler günümüze kadar artarak devam etmiştir. Birleşmiş Milletler İnsani İşler Koordinasyon Ofisinin Eylül 2026 tarihli raporunda, İsrail'in hava saldırılarının ve diğer saldırıların sivillerin yaşadığı yerleşim alanlarını olumsuz bir şekilde etkilediği ortaya koyulmuştur. Çünkü, bu saldırılar sonucunda yaşanan can kaybı, yaralanma ve acil altyapıların zarar görmesi nedeniyle mağdur olan insanlar başka bölgelere göç etmek zorunda kalmıştır. Aynı rapora göre, Gazze'de incelenen hanelerin %91'i orta veya yüksek düzeyde su eksikliği sorunu yaşamaktadır.

Filistinlilerin gerçekleştirdiği zorunlu göçler nedeniyle kalabalıklaşan ve daha güvenli olduğu düşünülen barınma alanlarında temiz suya erişim sınırlı olduğu için bulaşıcı hastalık riski de artmaktadır (Birleşmiş Milletler İnsani İşler Koordinasyon Ofisi, 2026). Bu nedenle, Gazze'de hala yaşamakta olan insan hakları ihlalleri, İHA/SİHA saldırılarının siviller üzerindeki olumsuz etkilerini ortaya koymaktadır. Özellikle, Filistinli silahlı grupların Gazze'deki sivil alanlarda bulunması, bölgedeki tüm sivilleri ve kritik altyapıları İsrail'in hedefi haline getirmektedir. Ancak, insan hakları ve uluslararası insancıl hukuka göre ilgili hedefin askerî niteliğinin doğrulanması ve kullanılacak mühimmatın çevredeki siviller üzerindeki etkisi önceden göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin, İsrail'in sivillere yaptığı tahliye uyarıları da saldırıyı hukuka uygun hale getirmez. Çünkü, iyi niyetli bir şekilde tahliye yolunun güvenli olması ve insanların gidebileceği uygun alanların bulunması gerekmektedir. Ayrıca, saldırı yapılan bölgelerdeki hastaneler, yardım faaliyetleri ve sivillerin yaşamını

sürdürmesi için gerekli altyapı daha çok korunmalıdır. Bu nedenle, gelişmiş gözetleme ve hedefleme teknolojilerine sahip olsa da İsrail hükümeti, yaptığı saldırıların hukuka uygun olduğunu iddia edemez. Çünkü, uluslararası hukuka göre yapılan hukuki değerlendirmelerde hedef seçimi, kullanılan mühimmat, alınan önlemler ve saldırının öngörülebilir sivil sonuçları birlikte ele alınmalıdır (Cenevre Sözleşmelerine Ek I No.lu Protokol, 1977, md. 48, 51, 52 ve 57).

4.3. Uluslararası Çatışma Örneklerinin Karşılaştırılması

Rusya-Ukrayna Savaşı ile İsrail-Filistin çatışması, İHA ve SİHA'ların farklı coğrafi ve operasyonel koşullarda nasıl kullanıldığını ortaya koymaktadır. Örneğin, Rusya ile Ukrayna arasındaki çatışmalarda iki taraf da askerî sistemlere ek olarak ticari araçları dönüştürerek FPV İHA/SİHA'lar da kullanmaktadır. Bu araçlar cephe hattında keşif, hedef tespiti ve doğrudan saldırı görevlerini yürütmektedir. Bu çatışmalarda, uzun menzilli İHA/SİHA ve füze saldırıları her iki tarafta da şehirlere ve enerji altyapılarına zarar verdikleri için siviller olumsuz etkilenmektedir. Diğer taraftan, Gazze'de İsrail'e ait İHA/SİHA'lar daha çok uzun süreli gözetleme, hedef belirleme ve hava operasyonlarını destekleme amacıyla kullanılmaktadır. Bölgenin yoğun nüfuslu olması ve sivillerin güvenli alanlara ulaşmakta zorluk yaşaması, İsrail'in hava saldırılarından doğan riskleri, zararları, ölümleri ve yaralanmaları artırmaktadır. Dolayısıyla, Rusya ile Ukrayna arasındaki savaşta iki taraf da İHA/SİHA kullanırken, İsrail ile Filistin arasındaki çatışmalarda genel olarak İsrail'in tek taraflı İHA/SİHA kullanımı söz konusudur. Bu iki örnek olayda kullanılan İHA/SİHA'ların siviller üzerindeki önemli etkileri Tablo 5'te karşılaştırılmıştır.

Tablo 5. Rusya-Ukrayna Savaşı ve İsrail-Filistin Çatışmalarında Kullanılan İHA/SİHA Olaylarının Karşılaştırılması

Değerlendirme boyutu	Rusya-Ukrayna Savaşı	İsrail-Filistin Çatışması
İHA kullanım biçimi	Keşif, gözetleme, hedef tespiti, topçu ateşinin yönlendirilmesi ve doğrudan saldırı şeklinde kullanılmaktadır.	Uzun süreli gözetleme ve hedef belirleme amacıyla kullanılsa da hava saldırılarındaki detaylı bilgiler her olay için şeffaf değildir.
Kullanılan araçların niteliği	Askerî İHA/SİHA'lar, ticari araçların dönüştürülmesiyle elde edilen sistemler ve FPV İHA/SİHA'lar kullanılmaktadır.	Uzun süreli gözetlemede kullanılan askerî İHA/SİHA sistemleri bulunmaktadır. Ancak, farklı hava operasyonlarında kullanılan İHA/SİHA'larla ilgili yeterli bilgi bulunmamaktadır.

Öne çıkan alan	Cephe hatlarına, şehirlere ve enerji altyapılarına yönelik kullanılmaktadır.	Yoğun nüfuslu yerleşimlere ve sivil yapılara yönelik kullanılmaktadır.
Siviller üzerindeki etkiler	Can kaybı, enerji kesintileri, temel hizmetlere erişimde güçlük ve acil yardım faaliyetlerinin tehlikeye girmesi gibi olumsuz sonuçlar bulunmaktadır.	Can kaybı, sürekli gözetim baskısı, konutların ve diğer sivil yapıların zarar görmesi gibi olumsuz durumlar bulunmaktadır.
Hukuki değerlendirme	Sivillerin ve sivil altyapının korunması için ayırım gözetme, orantılılık ve saldırıda önlem alma gibi ilkeler uygulanmalıdır.	Sivillerin ve sivil yapıların korunması amacıyla ayırım gözetme, orantılılık ve saldırıda önlem alma gibi ilkelere önem verilmelidir.

Kaynak: Milli İstihbarat Akademisi (2025), Borg (2021), Birleşmiş Milletler Ukrayna İnsan Hakları İzleme Misyonu (2024; 2025) ve Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği Ofisi (2024) temel alınarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

İHA/SİHA'ların kullanıldığı iki örnek karşılaştırıldığında, bu araçların yaygın olarak kullanıldığı durumlarda siviller üzerindeki olumsuz etkiler çatışmanın coğrafi ve operasyonel koşullarına göre değişebilmektedir. Rusya-Ukrayna Savaşı'nda İHA/SİHA'lar aracılığıyla yapılan uzun menzilli saldırılar çok sayıda sivil kaybına ve temel hizmetlerin kesilmesine neden olmuştur. Kısa menzilli İHA/SİHA'lar ise cephe hattındaki sivillerin tahliyesini ve insani yardımların ulaştırılmasını zorlaştırmaktadır. Aynı şekilde, İsrail tarafından kullanılan İHA/SİHA'lar nedeniyle nüfusun yoğun olduğu Gazze'de zorunlu göç ve temel hizmetlere erişimde yaşanan sorunlar gibi siviller üzerinde olumsuz sonuçlar meydana gelmektedir. Bu sonuçlara göre, yaşam hakkının ve kişi güvenliğinin sadece İHA/SİHA'ların teknik hassasiyetine bağlı olmadığı görülmüştür. Çünkü buradaki sorun, düşük maliyetli ve teknik kapasitesi sınırlı İHA/SİHA'ların hatalı hedef tespiti nedeniyle sivil kayıpları ve zararları artırmasıdır (Sotoudehfar vd., 2026). İHA/SİHA'lar bir komuta merkezinden yönetilmektedir. Bu araçlardan komuta merkezine gönderilen görüntüler sonucunda komuta merkezi sahadaki durumu eksik veya yanıltıcı biçimde algılayabilir. Bu durum, karar vericilerin sivilleri savaşıcı olarak değerlendirmesine veya hedef çevresindeki sivil varlığını yeterince dikkate almamasına neden olabilmektedir (Krebs, 2023). Bu nedenle, İHA/SİHA'lar tarafından iletilen hedef bilgilerinin farklı kaynaklardan doğrulanması ve saldırılar sonucunda ortaya çıkacak sivil kayıpların ve zararların değerlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, karar verme süreciyle ilgili tüm verilerin sonradan incelenebilmesi için kayıt altına alınmaları şeffaflık, hukuki ilkeler ve hesap verebilirlik açısından önem arz etmektedir. Dolayısıyla, çatışmalar esnasında kullanılan İHA/SİHA operasyonlarının insan hakları açısından değerlendirilmesi; can kaybı, yaralanma, zorunlu göç, temel

hizmetlerden yoksun kalma ve sürekli gözetim gibi sonuçlarla birlikte yapılması gerekmektedir.

4.4. Türkiye'ye Yönelik Sınır Aşan İHA Tehditleri

15 Aralık 2025 tarihinde meydana gelen ilk olayda, Millî Savunma Bakanlığı Karadeniz yönünden Türkiye hava sahasına yaklaşan bir hava izi tespit edildiğini ve takibe alındığını belirtmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda, bu aracın kontrolden çıkan bir İHA olduğu görülmüştür. Bu olay esnasında, NATO ve Türk F-16 uçakları tarafından ilgili İHA yerleşim yeri dışında güvenli bir bölgede vurularak düşürülmüştür (Millî Savunma Bakanlığı, 2025a). Bu müdahalenin Ankara'nın Elmadağ ilçesi ile Çankırı arasındaki bir bölgede gerçekleştiği basında açıklansa da ilgili bakanlık kesin bir konum açıklamamıştır (Üren, 2025). Dolayısıyla, ulusal güvenlik nedeniyle İHA'nın hangi ülkeye ait olduğu da kamuoyuyla paylaşılmamıştır.

İkinci olay ise 19 Aralık 2025 tarihinde Kocaeli'nin İzmit ilçesine bağlı Çubuklubala Mahallesi'nde meydana gelmiştir. İçişleri Bakanlığı tarafından yapılan açıklamada, bölgede bulunan İHA'nın Rus yapımı olan keşif-gözetleme amacıyla kullanılan Orlan-10 tipi bir araç olabileceği ve incelemelerin devam ettiği belirtilmiştir (İçişleri Bakanlığı, 2025). Bu nedenle, aracın tipi ve hangi ülkeye ait olduğu tam olarak kesinleşmemiştir. Ayrıca, İHA'nın Türkiye hava sahasına ne zaman ve hangi yönden girdiğine yönelik sorular da henüz cevaplanmamıştır.

Son olarak 20 Aralık 2025 tarihinde, basında yer alan haberlere göre Balıkesir'in Manyas ilçesinde paraşütü açık hâlde başka bir İHA daha bulunmuştur. Bu İHA'nın hangi ülkeye ait olduğu, kullanım amacı ve Türkiye'ye nasıl ulaştığı konusunda yine doğrulanmış resmî bir açıklama yapılmamıştır (Üren, 2025). Dolayısıyla, bu örnekte de hava sahası ihlali olduğu kesinleşmiş bir olay yerine kaynağı belirlenemeyen bir İHA'nın Türkiye sınırları içinde bulunması olarak açıklanmıştır.

Farklı İHA/SİHA olayları nedeniyle izinsiz veya kaynağı belirlenemeyen durumların ortaya çıkması, hava sahasının denetimi ve sivil güvenlikle ilgili endişeleri artırmaktadır. Çünkü, ilgili aracın hangi ülkeye ait olduğu, taşıdığı yükün niteliği ve ilgili aracın kullanım amacı kısa sürede belirlenemezse tehdit düzeyi de kesin olarak anlaşılamaz. Ayrıca, kontrolünü kaybeden veya müdahale sonucunda parçalanan bir İHA/SİHA'nın yerleşim alanlarına düşmesi sonucunda can ve mal kayıpları yaşanabilir. Buna ek olarak, sivil uçuş güzergâhlarına giren İHA/SİHA'lar sivil uçaklarla çarpışabilir, hava trafiğini durdurabilir veya sivil uçuşların başka meydanlara yönlendirilmesine neden olabilir. Örneğin, EASA'ya (Avrupa Havacılık Emniyeti Ajansı) göre, İHA'lar ile insanlı sivil hava

araçları arasında yaşanabilecek tehlikeli yakınlaşmalar ve İHA'ların kontrolünün kaybedilmesi durumunda yerdeki kişilerin ve mülklerinin zarar görme ihtimalleri önemli güvenlik risklerindendir (EASA, 2016). Havalimanlarına yönelik oluşturulan EASA rehberi de bu olaylarda hava trafik birimleri, kolluk kuvvetleri ve havalimanı işletmecileri arasında önceden belirlenmiş bir müdahale planına ihtiyaç olduğunu belirtmiştir (EASA, 2021).

İHA/SİHA faaliyetleri; enerji tesisleri, ulaşım merkezleri ve haberleşme sistemlerine de zarar verebilir. Türkiye sınırlarında yaşanan üç olayda da kritik altyapılara yönelik bir saldırı tespit edilmemiştir. Ancak, Avrupa Komisyonu Ortak Araştırma Merkezi tarafından hazırlanan karşı-İHA rehberi kapsamında, kritik altyapıların korunması amacıyla tesisin özelliklerine uygun risk analizi yapılması gerekmektedir. Bunun için; tespit, tanımlama ve müdahale araçlarının bu analize göre seçilmesi gerekmektedir. Ayrıca, tek bir karşı tedbir bütün İHA türlerine karşı etkili olmayacağı için farklı sensör ve müdahale araçlarına ihtiyaç bulunmaktadır (Hansen vd., 2023). Son olarak, Avrupa Komisyonu'nun 2026 tarihli Eylem Planı'nda da kritik altyapılar, ülke sınırları, ulaşım merkezleri ve kamusal alanlar için hazırlık, tespit ve koordineli müdahale kapasitesinin geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir (European Commission, 2026).

İncelenen üç olay farklı özelliklere sahiptir. Dikkatlice incelendiğinde, ilk İHA havadayken tespit edilip takip sonucu etkisiz hâle getirilmiştir. Ancak, Kocaeli ve Balıkesir olaylarında ise araçlar arazide bulundukları için ilk olaydaki gibi bu İHA'ların hava sahasına nasıl girdikleri ve izledikleri rotalar henüz tespit edilememiştir. Sonuç olarak, hava savunma sistemlerinin bu iki olay üzerinden yeniden değerlendirilmesi ve her türlü karşı-İHA/SİHA saldırısına karşı bütünsel farklı teknolojilerle eksikliklerin giderilmesi önem arz etmektedir.

5. SONUÇ VE POLİTİKA ÖNERİLERİ

Bu çalışmada, İHA/SİHA kullanımının insan hakları ve sivil güvenlik üzerindeki etkileri, hava savunma sistemlerinin sağlayabileceği koruma ve yine bu sistemlerin neden olabilecekleri risklerle birlikte araştırılmıştır. Bu kapsamda, Rusya ile Ukrayna arasındaki savaş, İsrail ile Filistin arasındaki çatışmalar ve Türkiye'de yaşanan sınır aşan İHA olayları farklı güvenlik koşulları göz önüne alınarak incelenmiştir. İHA/SİHA'ların askeri hedeflere yönelik yürüttüğü inceleme, gözetleme ve hedef tespiti gibi faaliyetlerin sivillerin korunmasını tek başına sağlayamadığı görülmüştür. Çünkü, belli bir komuta merkezine bağlı olarak yürütülen bu faaliyetler sonucunda karar vericiler uluslararası hukuk kurallarından olan ayırım gözetme, orantılılık ve insan hakları gibi ilkeleri yeterince göz önüne almayabilirler. Bu nedenle, İHA/SİHA ve hava savunma sistemlerinin insan hakları üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılması için asıl

hedefin daha doğru belirlenmesi, bilgilerin farklı kaynaklar tarafından doğrulanması, öngörülebilir sivil zararın daha iyi hesaplanması, müdahalenin sivillere zarar vermeden yürütülmesi, kararların ve tüm verilerin kayıt altına alınarak şeffaflık ve hesap verebilirlik kapsamında daha sonra denetlenebilmesi gerekmektedir.

Rusya ile Ukrayna arasındaki savaşta iki taraflı İHA/SİHA ve füze saldırıları sivil kayıplara ek olarak enerji, su, sağlık ve ulaşım gibi altyapı hizmetlerinde kesintilere yol açmaktadır. Diğer taraftan, yoğun bir nüfusun yaşadığı Gazze’de ise İsrail’in İHA/SİHA’larla tek taraflı olarak yürüttüğü faaliyetler nedeniyle güvenli bölgelere geçiş yapamayan siviller askerî unsurlardan uzaklaşamadıkları için sistematik bir şekilde hava saldırılarına, gözleme ve denetleme faaliyetlerine maruz kalmaktadırlar. Bu nedenle, Gazze’de sadece sivillere yönelik ölüm ve yaralanmalara ek olarak zorunlu yer değiştirme, temel hizmetlere erişememe, insani yardımın aksamaması ve sürekli gözetimin oluşturduğu baskı gibi insan hakları ihlalleri yaşanmaktadır. Bu kapsamda, çatışma bölgelerinde kullanılan İHA/SİHA’ların teknik hassasiyetleri, hedef seçimi ve saldırının yürütülme yöntemi önemli olsa da insan haklarına uygun hareket edilmesi de önem arz etmektedir.

Önceki bölümlerde de tartışıldığı üzere, Türkiye’de Aralık 2025’te yaşanan üç olayın saldırı amacı taşımadığı düşünülse de İHA/SİHA’ların hangi ülkeye ait olduğu ve uçuş rotaları hakkında kamuoyuna açıklanan bilgiler sınırlı düzeyde kalmıştır. Bu nedenle, bu olaylar üzerinden Türkiye’nin genel erken uyarı ve müdahale kapasitesi hakkında kesin bir sonuca ulaşılamasa da eksiklikler olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda, Türkiye sınırlarını ihlal ederek düşük irtifada hareket eden ve kaynağı belirlenemeyen İHA/SİHA’lara karşı farklı tespit araçlarına ihtiyaç duyulduğu görülmüştür. Ayrıca, ilgili İHA/SİHA’lara hangi yöntemle müdahale edileceğine karar verilirken yerleşim alanlarına yakınlık, sivil uçuş güzergâhları ve düşürülen aracın oluşturabileceği ikincil zararlar da göz önünde bulundurulmalıdır.

Türkiye’nin Çelik Kubbe projesi kapsamında geliştirilmekte olan çok katmanlı hava savunma kapasitesi hukuki ve kurumsal denetim açısından da güçlendirilmelidir. Ayrıca; gözetim, kişisel veri işleme ve yapay zekâ destekli karar süreçlerinde yetkilerin kapsamı ve sorumluluğun hangi kurum ve kişilere ait olduğu açıkça belirlenmelidir. Örneğin, yapay zekâ destekli sistemler aracılığıyla tehditler tespit edilerek sınıflandırılabilir, fakat müdahale etme kararı etkili bir insan denetimi altında verilmelidir. Bu nedenle, yetkili personel sistemin kapasitesini ve hata sınırlarını çok iyi bilmeli, yapay zekâ destekli sistemlerin önerilerini bağımsız biçimde değerlendirebilmeli ve gerektiğinde müdahaleyi durdurabilmelidir. Karar süreçlerinin ve İHA/SİHA’lar tarafından gönderilen

verilerin ve müdahalelerin kayıt altına alınması sağlanarak, hatalı müdahale ve sivil zarar iddiaları şeffaflık ve hesap verebilirlik kapsamında daha sonra incelenebilmelidir. Ayrıca, kritik altyapılar için acil eylem planları hazırlanarak hizmet kesintisinden etkilenecek siviller, alternatif hizmet imkânları ve hizmetlerin nasıl devam ettirilebileceği belirlenmelidir. Bu yapılırken, hava tehdidi sırasında halka bilgilerin nasıl verileceği ve bunu gerçekleştirecek sorumlu kurumlar önceden kararlaştırılmalıdır.

Sonuç olarak, bu araştırma kamuya açık resmî açıklamalar, uluslararası kuruluş raporları, hukuk metinleri ve akademik çalışmalar gibi sınırlı ikincil kaynaklar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Mesela, İHA/SİHA operasyonlarının karar kayıtlarına veya gizlilik taşıyan savunma verilerine erişilememiştir. Bu nedenle, Türkiye ve diğer ülkelerdeki uygulamaların insan hakları hukukuyla ne kadar uyumlu olduğu açıkça belirlenememiştir. Yine de bu alanda daha fazla bilgi sahibi olan ve İHA/SİHA faaliyetlerindeki insan hakları ihlallerini raporlayan kişi ve kurumların raporları değerlendirmeye alınarak objektif bir bakış açısı sunulmaya çalışılmıştır. Bu araştırmadaki bulguların geliştirilebilmesi için gelecek araştırmalarda daha detaylı doğrulanmış olay kayıtları, uzman görüşmeleri ve kurumlar arası koordinasyon süreçleri gibi konular birincil veriler üzerinden incelenebilir. Dahası, yeni teknolojilerden olan yapay zekâ destekli sistemler üzerindeki insan denetiminin uygulanma süreçleri ve halkın sınır aşan hava tehditlerine ilişkin risk algısı da sahada elde edilen çeşitli verilerle araştırılabilir. Böylece, hem hava savunma politikalarının teknik kapasiteleri hem de hava savunma sistemlerinin sivilleri koruma, temel hizmetlerin devamlılığı ve olası zararları denetleme gibi faaliyetleri incelenebilir.

KAYNAKÇA

- ASELSAN. (t.y.). *HİSAR O 100 orta irtifa hava savunma füze sistemi*. <https://www.aselsan.com/tr/savunma/urun/hisar-o-100> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- Birleşmiş Milletler. (1948). *Universal Declaration of Human Rights*. <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- Birleşmiş Milletler. (1966). *International Covenant on Civil and Political Rights*. <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- Birleşmiş Milletler Genel Kurulu. (2012). *Follow-up to paragraph 143 on human security of the 2005 World Summit Outcome (A/RES/66/290)*. United Nations. <https://docs.un.org/en/A/RES/66/290> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği Ofisi. (2026, 29 Haziran). *Attacks against Ukraine's energy infrastructure and update on the human rights situation in Ukraine, 1 December 2025–31 May 2026*. <https://ukraine.un.org/en/318327-attacks-against-ukraine%E2%80%99s-energy-infrastructure-and-update-human-rights-situation-ukraine-1> (Erişim tarihi: 13 Eylül 2026).
- Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği Ofisi. (2024, 19 Haziran). *Thematic report: Indiscriminate and disproportionate attacks during the conflict in Gaza (October–December 2023)*. <https://www.un.org/unispal/document/thematic-report-ohchr-19jun24/> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- Birleşmiş Milletler İnsani İşler Koordinasyon Ofisi. (2026, 12 Eylül). *Humanitarian situation report: 11 September 2026*. <https://www.ochaopt.org/content/humanitarian-situation-report-11-september-2026> (Erişim tarihi: 13 Eylül 2026).
- Birleşmiş Milletler Ukrayna İnsan Hakları İzleme Misyonu. (2024, 18 Eylül). *Attacks on Ukraine's energy infrastructure: Harm to the civilian population*. <https://ukraine.ohchr.org/en/node/554> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- Birleşmiş Milletler Ukrayna İnsan Hakları İzleme Misyonu. (2025, 26 Haziran). *Deadly drones: Civilians at risk from short-range drones in frontline areas of Ukraine, 24 February 2022–30 April 2025*. <https://ukraine.ohchr.org/en/node/557> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).

- Borg, S. (2021). Assembling Israeli drone warfare: Loitering surveillance and operational sustainability. *Security Dialogue*, 52(5), 401-417. <https://doi.org/10.1177/0967010620956796>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Callamard, A. (2020). *Use of armed drones for targeted killings: Report of the Special Rapporteur on extrajudicial, summary or arbitrary executions (A/HRC/44/38)*. United Nations Human Rights Council. <https://digitallibrary.un.org/record/3884890> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Cenevre Sözlęmelerine Ek I No.lu Protokol. (1977). *Protocol additional to the Geneva Conventions of 12 August 1949, and relating to the protection of victims of international armed conflicts (Protocol I)*. International Committee of the Red Cross. <https://ihl-databases.icrc.org/en/ihl-treaties/api-1977> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5. edition). SAGE Publications.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2024, 6 Ağustos). *Savunma Sanayii İcra Komitesi toplandı*. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/savunma-sanayii-icra-komitesi-toplandi-06-08-24> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- EASA - European Union Aviation Safety Agency. (2016). *UAS safety risk portfolio and analysis*. <https://www.easa.europa.eu/en/document-library/general-publications/uas-safety-risk-portfolio-and-analysis> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- EASA - European Union Aviation Safety Agency. (2021). *Drone incident management at aerodromes: Part 1*. <https://www.easa.europa.eu/en/drone-incident-management-aerodromes-part-1> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- EBSCO Information Services. (2019). *National security*. Research starters. <https://www.ebsco.com/research-starters/politics-and-government/national-security> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- European Commission. (2026). *Action plan on drone and counter-drone security*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/drone-security> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Genç, Y., & Erciyes, E. (2020). İnsansız hava araçları (İHA) tehditleri ve güvenlik yönetimi. *Türkiye İnsansız Hava Araçları Dergisi*, 2(2), 36-42.

- <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tiha/article/783360> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Gettinger, D. (2019). *The drone databook*. Center for the Study of the Drone at Bard College. <https://dronecenter.bard.edu/files/2020/03/CSD-Databook-Update-March-2020.pdf> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Hansen, P., Karlos, V., & Larcher, M. (Eds.). (2023). *Protection against unmanned aircraft systems: Handbook on UAS protection of critical infrastructure and public space: A five-phase approach for C-UAS stakeholders*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/18569>
- ICRC - Uluslararası Kızılhaç Komitesi. (2021, 12 Mayıs). *ICRC position on autonomous weapon systems*. <https://www.icrc.org/en/document/icrc-position-autonomous-weapon-systems> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- ICRC - Uluslararası Kızılhaç Komitesi. (2024). *What is international humanitarian law?* <https://www.icrc.org/en/document/what-international-humanitarian-law> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- İçişleri Bakanlığı. (2025, 19 Aralık). *Basın açıklaması (2025-415)*. <https://www.icisleri.gov.tr/basin-aciklamasi19> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Kostak, E. (2026). Hava savunma sistemlerindeki gelişmeler ve Türk Hava Kuvvetleri hava savunma sistemi. *Vakanüvis-Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 367-426. <https://doi.org/10.24186/vakanuvis.1795194>
- Krebs, S. (2023). Above the law: Drones, aerial vision and the law of armed conflict – a socio-technical approach. *International Review of the Red Cross*, 105(924), 1690-1728. <https://doi.org/10.1017/S1816383123000413>
- Melzer, N. (2013). *Human rights implications of the usage of drones and unmanned robots in warfare*. Directorate-General for External Policies of the European Parliament. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/410220/EXPO-DROI_ET\(2013\)410220_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/410220/EXPO-DROI_ET(2013)410220_EN.pdf) (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Mevlütöğlü, A., & Korkmaz, S. C. (2017). *Türkiye'nin hava savunma şemsiyesi ve S-400 (Analiz No. 213)*. Ortadoğu Araştırmaları Merkezi. https://orsam.org.tr/dosya/Analiz_No_213_t.pdf (Erişim tarihi: 13 Eylöl 2026).
- Milli İstihbarat Akademisi. (2025). *Rusya-Ukrayna Savaşı'nda İHA kullanımı: Modern savaşın yeni oyuncular ve geleceğin teknolojik dönüşümü*.

- https://mia.edu.tr/uploads/f/28042025_1.pdf (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Milli Savunma Bakanlığı. (2025a, 15 Aralık). *Düşürölen İHA ile ilgili açıklama*. <https://www.msb.gov.tr/SlaytHaber/89694465507b4a1e96b6befb861e1342> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Milli Savunma Bakanlığı. (2025b, 18 Aralık). *Vurularak düşürölen İHA hakkında açıklama*. <https://www.msb.gov.tr/SlaytHaber/2f76a7313af542078715c50c26893ccf> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Milli Savunma Bakanlığı. (2023, 15 Aralık). *SİPER Ürün-1 ve HİSAR projelerinin seri üretim sözleşmeleri imzalandı*. <https://www.msb.gov.tr/SlaytHaber/b3649214bafd4750b22a457905ac6ec2> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- NATO - North Atlantic Treaty Organization. (2025, 13 şubat). *NATO integrated air and missile defence*. <https://www.nato.int/en/what-we-do/deterrence-and-defence/nato-integrated-air-and-missile-defence> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Reuters. (2026, 9 Ağustos). *Six die in Ukrainian drone attack on Belgorod, Russian authorities say*. <https://www.reuters.com/world/europe/three-killed-ukrainian-drone-attack-belgorod-russian-authorities-say-2026-08-09/> (Erişim tarihi: 13 Eylöl 2026).
- ROKETSAN. (t.y.a). *HİSAR hava savunma füzeleri*. <https://www.roketsan.com.tr/tr/urunler/hisar-hava-savunma-fuzeleri> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- ROKETSAN. (t.y.b). *SİPER uzun menzilli bölge hava ve füze savunma sistemi*. https://roketsan.com.tr/uploads/docs/kataloglar/TR/2024/1726595695_siper.pdf (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Savunma Sanayii Başkanlığı. (2025). *Türk savunma sanayii ürün kataloğu*. <https://www.ssb.gov.tr/storage/img/turk-savunma-sanayii-urun-katalogu.pdf> (Erişim tarihi: 12 Eylöl 2026).
- Seren, M. (2015). *Türkiye'nin füze savunma sistemi: İhale süreci, temel dinamikler ve aktörler*. SETA Yayınları. https://file.setav.org/Files/Pdf/20150916125435_fuze-rapor-16-9-15.pdf (Erişim tarihi: 13 Eylöl 2026).
- Singer, P. W. (2009). *Wired for war: The robotics revolution and conflict in the twenty-first century*. Penguin Press.
- Sotoudehfar, S., Sarkin, J. J., & Chaari, M. Z. (2026). Cheap drones, costly consequences: The legal and humanitarian risks and outcomes of low-tech

- drone warfare. *Defense & Security Analysis*, 42(1), 139-166.
<https://doi.org/10.1080/14751798.2025.2546712>
- STM ThinkTech. (2020, Şubat). *Hava ve füze savunma sistemleri: Trend analizi*. STM Savunma Teknolojileri Mühendislik ve Ticaret A.Ş.
https://thinktech.stm.com.tr/uploads/docs/1608993266_stm-hava-ve-fuze-savunma-sistemleri.pdf (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- Türk Hava Kurumu. (t.y.). *İHA*. <https://www.thk.org.tr/iha> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- Uluslararası Adalet Divanı. (1996). Legality of the threat or use of nuclear weapons: Advisory opinion. *I.C.J. Reports 1996*, 226. <https://www.icj-cij.org/case/95> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- UNDP - United Nations Development Programme. (1994). *Human development report 1994: New dimensions of human security*. Oxford University Press.
<https://hdr.undp.org/content/human-development-report-1994> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- Üren, Ç. (2025, 28 Aralık). Türk hava sahasını ihlal eden İHA'lar hakkında ne biliniyor? *Euronews* *Türkçe*.
<https://tr.euronews.com/next/2025/12/28/turk-hava-sahasini-ihlal-eden-ihalar-hakkinda-ne-biliniyor> (Erişim tarihi: 12 Eylül 2026).
- Wang, J., Liu, Y., & Song, H. (2021). Counter-unmanned aircraft system(s) (C-UAS): State of the art, challenges, and future trends. *IEEE Aerospace and Electronic Systems Magazine*, 36(3), 4-29.
<https://doi.org/10.1109/MAES.2020.3015537>

6. Bölüm

Alevi-Bektaşî Âşıklık Geleneği İcrası Bağlamında İstanbul

ERKAN YILMAZ¹

Öz

Tarih boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan İstanbul, coğrafyasında önemli kültürel zenginlikler barındırmaktadır. Bu zenginliklerden biri de şüphesiz âşıklık geleneği noktasındadır. İstanbul’da Alevi-Bektaşî kültürü âşıklık geleneği bağlamında canlı bir şekilde yaşamaya devam etmektedir. Bu çalışmada İstanbul’da yaşayan Alevi-Bektaşî âşıklık geleneğinin genel yapısı günümüzde icra edildiği mekân ve ortamlar ile icrası hakkında önemli bilgiler ortaya çıkarılmaktadır. İstanbul’da yaşayan Alevi-Bektaşî âşıklık geleneği ile ilgili bilgiler katılımcı gözlem ile birlikte söz konusu kaynak kişilerle âşıklık geleneği ve uygulamaları hakkında görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşme (mülakat) neticesinde önemli bilgiler elde edilmiştir. Yapılan mülakatlar ve gözlemler neticesinde Alevi-Bektaşîlerde âşıklık geleneğinin başta cem evi ve dergâhlar olmak üzere İstanbul’un farklı mekân ve ortamlarda icra edildiği gözlemlenmiştir. Yine bu çalışmada Alevi-Bektaşî tasavvuf geleneği içerisinde önemli bir yer tutan ve aynı zamanda âşıkların sanatlarını icra etmelerine olanak tanıyan icra mekanlarından cem evleri ve dergâhların âşıklık geleneği içerisindeki önemine değinilmiştir. Bununla birlikte Alevi-Bektaşîlerde geleneğin icracı karakteri olan dede ve zakir (âşık) kavramları ile geleneğin icrası noktasındaki rolleri üzerinde durulmaktadır. Bu bilgiler ışığında çalışmamızın konu ile ilgili yapılacak olan çalışmalara zemin hazırlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Alevi-Bektaşî Âşıklık Geleneği, İstanbul, Zakir-Âşık, İcra Ortamları.

¹ Dr., E-mail:erkany.3413@gmail.com, ORCID: [0009-0009-9757-1179](https://orcid.org/0009-0009-9757-1179)

Abstract

Istanbul, which has hosted many civilizations throughout history, contains important cultural riches in its geography. One of these riches is undoubtedly the tradition of minstrelsy. In Istanbul, the Alevi-Bektashi culture continues to live vividly in the context of the tradition of minstrelsy. In this study, important information is revealed about the general structure of the Alevi-Bektashi minstrel tradition in Istanbul, the places and environments where it is performed today and its performance. Information about the Alevi-Bektashi minstrel tradition in Istanbul was obtained through participant observation, and interviews were conducted with the relevant source persons about the tradition of minstrelsy and its practices. As a result of the interview, important information was obtained. As a result of the interviews and observations, it was observed that the Alevi-Bektashi tradition of minstrelsy was performed in different venues and environments in Istanbul, primarily in cemevis and dervish lodges. Again, in this study, the importance of cemevis and dervish lodges, which have an important place in the Alevi-Bektashi Sufi tradition and also provide an opportunity for minstrels to perform their art, in the tradition of minstrelsy was mentioned. In addition, the concepts of dede and zakir (lover), who are the performer characters of the tradition in Alevi-Bektashi, and their roles in the performance of the tradition are emphasized. In the light of this information, it is thought that our study will prepare the ground for future studies on the subject.

Key Words: Alevi-Bektashi Minstrel Tradition, Istanbul, Zakir-Âşık, Performance Environments.

Giriş

Alevilik; İslam'ı benimseyen, insanlığın var oluşundaki ruhlar âlemine “Kalu Belaya” kadar uzanan bir yoldur. İslamiyet'in içindedir, özüdür. Alevi Kâinatın yaratıcısı ve âlemlerin Rabbi olan Yüce Allah'a inanan, birliğini kabul eden, Yüce Allâh'ın emri ile Hz. Muhammed Mustafa'nın ümmetine emânet olarak bıraktığı Kuran ve Ehli Beyt'ine derin bir aşk ve sarsılmaz bir inanç ile bağlanandır (Demirtaş, 2021:52). Bektaşilik ise “XIII. yüzyılda Kalenderilik içinde teşekküle başlayıp XV. yüzyılın sonlarında Hacı Bektaş-ı Velî an'aneleri etrafında Anadolu'da ortaya çıkan bir tarikat” (TDV 1992; 5: 373). Seyit Yöre, Alevi ve Bektaşî kavramları hakkında “Geçmişte Alevi ve Bektaşî kavramları ayrı ayrı uygulanmış olup ayrı birer kültürü temsil ediyor tarzında olsa bile, özellikle günümüzde, Alevilik ve Bektaşilik iç içe geçmiş ve ortak olarak uygulanan bir inanç ve kültürü temsil eder hâle gelmiştir” (Yöre, 2011:219). şeklinde bir açıklama getirmiştir. Şehirde ve kırsal kesimde gelişmeler nedeniyle sosyal yönden farklılık gösteren Alevî ve Bektaşî zümrelerinin geçmişten günümüze gelen ortak, zengin bir edebiyat gelenekleri vardır.

Alevi-Bektaşî edebiyatı din ulularını över, onlara ait menkıbeleri şiirleştirir, usulden, erkandan, ayinden bahseder. Bu edebiyat öncelikle Alevi-Bektaşî inançlarına (Allah, Muhammet-Ali üçlemesi, on iki imam inancı vb.) Alevi-Bektaşî ilke, kural ve törelerin yaygınlaşmasına hizmet eder duruma gelmiştir (TL,1993,C.6.:43).

Alevi- Bektaşî âşıkların yetişmesinde ayin-i cemlere katılmalarının ve Alevi-Bektaşî edebiyat örneklerini dinleyerek ilk bilgileri almalarının rolü büyüktür. Ayin-i cemlerin başlamasından Önce “muhabbet” deyişlerinin söylendiği ya da âşıkların kendi deyişlerini okudukları bir bölüm vardır. Deyişlerin yanı sıra bu bölümde sohbetler de yapılmaktadır. Bu âşıklar kendilerine “Cem âşıkları” adını vermektedirler. Âşıklar; öğüt verme, Alevî-Bektaşî yolunun kurallarını hatırlatma amacıyla öğütlenme türünde deyişler de söylerler. Yine Alevi-Bektaşî âşıklar; cem evlerinde, düğünlerde, muhabbetlerinde ve Hacı Bektaş Velî törenlerinde bir araya gelerek geleneği sürdürmüşlerdir.

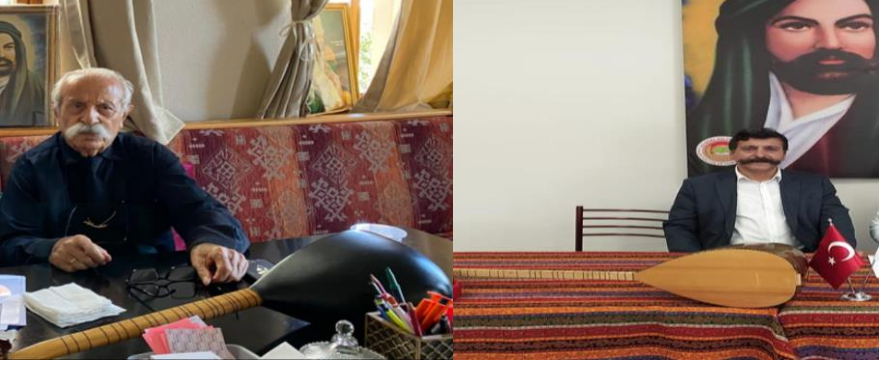
Geleneğin icracıları olarak daha çok zakir ve dede olarak ön plana çıkmaktadır. Alevilik'te dede dini görevlerinin yanında aynı zamanda zakirlik görevinde de bulunmaktadır. *“Alevilerde standart bir edim olmasa da dede aynı zamanda zakirdir. Dedenin soyundan gelen erkek çocuklardan da zakirliğe hazırlanmaları bakımından bağlama öğrenmeleri ve çalmaları beklenir. Ancak cemde dede bağlama çalmazsa, ayrı bir zakir istihdam edilir, cemi zakir yürütür ve nefes, deyiş, duvaz-ı imam gibi türlerde seslendirmeler gerçekleştirir”* (Ersoy, 2018:42). Zakirler dedelikten bağımsız olarak cemlerde sazlarıyla birlikte Alevi inanç ve kültürüyle ilgili; deyiş, nefes, duvaz imam, ağıt, mersiye vb. türlerini

cemde okuyan kimselerdir. Zakirler, cemlerde hizmet sıralamasında genellikle dedenin ardından gelmektedir. Bilgi birikimleriyle birlikte sazı ve sözüyle cemi ustalıkla yürüten zakirler, aynı zamanda birer yerel âşıktırlar. “*Cem süresince bağlama çalıp söyleme görevini sürdüren zakirlerin bazıları bulundukları yörelerin yerel âşıklarıdır*” (Özdemir, 2016:98). Bununla birlikte Alevi-Bektaşî geleneğinde dede ve zakir kavramlarının birbirinin yerine çoğu zaman kullanıldıkları görülmektedir. Bu iki kavramın birbirinin yerine kullanılmasında sahip oldukları benzerlikler etkili olmuştur.

1. İstanbul’da Yaşayan Alevi-Bektaşî Âşıklık Geleneği

Alevi-Bektaşî toplulukları 1960’lardan itibaren İç Anadolu, Doğu Anadolu ve Tokat, Tunceli, Sivas, Erzincan gibi şehirlerden İstanbul’a göç etmişlerdir. Bu göçlerle birlikte Alevi-Bektaşî geleneğiyle özdeşleşen dedelik kurumu, cem evleri ve âşıklık geleneğini de beraberinde taşımışlardır. İstanbul’da yaşayan Alevi-Bektaşî âşıklık geleneği, Anadolu’dan gelen köklü bir kültürel mirasın büyükşehir ortamında yaşatılmaya çalışılan önemli bir uzantısıdır. Bu gelenek hem sözlü edebiyat hem de müzik yoluyla Alevi-Bektaşî inancının, tarihinin ve yaşam biçiminin aktarılmasını sağlar. Söz konusu gelenek Pendik, Kartal, Göztepe, Beyoğlu, Okmeydanı, Zeytinburnu başta olmak üzere İstanbul’un farklı bölgelerindeki cem evi ve dergâhlarda düzenlenen cemler, semahlar ve deyiş söyleşileri aracılığıyla yaşatılmaktadır. Geleneğin temsilcileri olan âşıklar-zakirler de bu mekânlarda sanatlarını icra etmek suretiyle dinleyicileriyle buluşmaktadırlar. İstanbul’da cem evi ve dergahlarda geleneği uzun yıllardır icra ederek geleneğe hizmet eden âşık-zakirler geleneğin önemli kültür taşıyıcıları olmuşlardır.

İstanbul’da yaşayan ve Vaktidolu mahlasıyla şiirler yazan Âşık Ali Adil Atalay, bilgi birikimi ve tecrübesiyle Alevi-Bektaşî geleneğinin kültür taşıyıcısı görevini uzun yıllar ifa etmiştir. İlerlemiş yaşına ve sağlık problemine rağmen büyük bir özveri ile üretmeye devam eden Âşık Ali Adil Atalay, Sütlüce Karaağaç Bektaşî Dergâhında haftalık âşık programlarının öncesinde kendisi ile yapılan görüşmede (mülakatta) Âlevi-Bektaşî âşıklık geleneğinin yapısı, temsilcileri ve icra ortamları hakkında kendisinden önemli bilgiler edinmiştir. Aynı şekilde Pendik Ali Baba Sultan Ocağı ve Kültür Dernek Başkanı Âşık Kul Tahir ile yapmış olduğumuz görüşme (mülakat) neticesinde kendisinden Âlevi-Bektaşî âşıklık geleneğinin yapısı, temsilcileri ve icra ortamları hakkında önemli bilgiler edinilmiştir.



Şekil 1. Alevi-Bektaşî âşıklık geleneği hakkında Âşık Ali Adil Atalay ile Âşık Kul Tahir ile yapılan görüşme (mülakat)'tan birer fotoğraf karesi.

1.1. Alevi-Bektaşilerde Âşıklık Geleneğinin İcra Ortamları

İstanbul'da yaşayan Alevi-Bektaşilerde âşıklık geleneği daha çok dergâhlarda ve cem evlerinde icra edilmektedir. Dergâhlarda ve cem evlerinde devam ettirilen âşıklık geleneğinin nasıl icra edildikleri konusu Sütlüce Karaağaç Bektaşî Dergâhı'nda âşık programı yapan Âşık Vaktidolu (Ali Adil Atalay)² ile cem evleri ve dergâhlarda sanatlarını icra eden ozan, dede, zakirlerle yapılan görüşmelerin neticesinde elde edilen bilgiler ışığında ele alınmıştır.

1.1.1. İcra Mekânları Bağlamında Dergâh

İstanbul zengin ve çok kültürlü yapısından dolayı içerisinde birçok dergâh barındırmaktadır. Cem evleri gibi sosyal, kültürel ve ekonomik olarak birçok işlevi gören dergâhlar; kişilerin manevi zenginliklerinin kazanılmasında da oldukça önemlidir. Alevi-Bektaşî geleneğine bağlı vakıf ve derneklerince İstanbul'da birçok dergâh ibadet yeri olarak da kullanılmaktadır. Bu dergâhlarda Alevi-Bektaşî geleneğiyle birlikte âşıklık geleneği de yaşatılmaktadır. İstanbul'un muhtelif semtlerindeki Alevi-Bektaşî âşıklık geleneğinin icra mekânı olan dergâhların varlığının tespiti ile birlikte 8 Ağustos 2023 tarihinde Âşık Vaktidolu (Ali Adil Atalay), Zakir Muharem Koçer, Ozan Kumru (Gürcü Doğan İşleyen), Zakir Perdesiz (Kamil Gündüz) gibi çok sayıda Alevi- Bektaşî geleneğine mensup âşık-zakirin katılımıyla Sütlüce-Karaağaç Bektaşî Dergâhı'nda gerçekleştirilen âşık programından hareketle icra programlarının genel yapısı, işleyişi ve içeriği hakkında önemli bilgiler edinilmiştir.

² Söz konusu bilgiler, Sütlüce Karaağaç Bektaşî Dergâhı'nda dede/ âşık görevlerinde bulunan Âşık Ali Adil Atalay (Vaktidolu) ile 8 Ağustos 2023 tarihinde Alevi-Bektaşî âşıklık geleneği hakkında gerçekleştirilen görüşme (mülakat) neticesinde elde edilmiştir.



Şekil 2. Dergâhtaki cem'in ardından programa katılan âşık-zakirler birarada. Sütölçe, 2023.

Dergâhlar âşık sanatının icra edildiği mekanlar olmakla birlikte, âşıklar bu mekânlarda okudukları eserlerle Alevi-Bektaşî geleneğine ait birçok konuya temas ederek insanların zihinlerini canlı tutmuşlardır. Dergâhlarda yapılan sohbetlerde; esas itibarıyla Alevilik inancına uygun olarak Allah, insan ve kâinat üçgeninde hak ve hakikate ulaşmak istenmektedir. Dergâhlarda yapılan muhabbetlerde Kerbela Olayı, Hz. Hüseyin'in şehit edilmesi, on iki imam, dört halife, Hz. Ali gibi Alevilik'e ait birçok konuyu işleyen farkı türde eserler okunmaktadır. Ayrıca muhabette; duvaz imam okunarak on iki imam yad edilirken aynı zamanda Alevi geleneğinin büyük ozanları Kul Himmet, Hatayı, Pir Sultan Abdal hakkında bilgi verilerek kendilerinden eserler de okunmaktadır.

1.1.2. İcra Mekânlarında Bağlamında Cemevi

Cem; sözlük anlamıyla bir araya gelme, toplanma ve birlikte ibadet etmek anlamlarına gelmektedir. "*Ayin-i cem, Alevî/Bektaşîlerin dede ve on iki hizmet sahiplerinin bir araya gelerek cemaatle yaptığı en önemli erkânı ifade eder*" (Yıldız, 2004:162). Cem; Kırklar Cemi, Erenler Cemi, Cem Ayini, Cem Erkânı (Yaman, 2006:105-109), şeklinde ifade edilmektedir.

Cem evi, Alevi-Bektaşîlerin cemaat halinde toplandıkları ve ibadetlerini yaptıkları mekân olarak bilinir. "*Cem evi ise Alevî ve Bektaşîlerin erkânlarını icra ettikleri, görgülerini gördükleri, ikrarlarını verdikleri, dört kapı kırk makamı öğrendikleri yerlerdir*" (Rençber, 2012:80). Alevîler asırlar boyunca cem ibadetlerini köy evlerinde yaparken, Bektaşîler dergâh ve tekkelerde yapmışlardır. Şehirlerde ise Alevîler ve Bektaşîler cem ibadetlerini daha çok tekke ve dergâhlarda yapmışlardır. Günümüzde cem evleri, Alevi ve Bektaşîler

için bir ibadet yeri olmakla birlikte sosyal ve kültürel faaliyetlerini bir arada yürütüldüğü mekânlar olarak da görülmektedir.

Cem evlerinde âşık-zakir olarak görev yapan Âşık Kul Tahir³ ile yapılan mülakat ile katılmış olduğumuz 17 Ağustos 2023 tarihli Dede İlyas Sözer, Zakir Can Şahin, Alevi Dedeleri ile birlikte çok sayıda Alevi-Bektaşî geleneğine mensup âşık-zakirin katılımıyla Kartal Cem Evi'ndeki icra programından hareketle âşıklık geleneğinin cem evlerindeki icrası hakkında önemli bilgiler edinilmiştir.



Şekil 3. Kartal Cem Evi'ndeki programından ardından Dede İlyas Sözer, Zakir Can Şahin bir arada.. Kartal, 2023.

İstanbul'daki cemlerde, âşıklık geleneği icrasında yapılan bazı hatalara değinen Âşık Kul Tahir, “Günümüzde cemlerde yapılan icralarda, dede ve zakirlerin yan yana oturduklarını görüyoruz. Oysa Anadolu'daki cemlerde zakir, dedenin yanında değil karşısında veya dedenin görebileceği bir yerde otururdu. Aynı şekilde herkes kolay kolay zakir olamazdı. Zâkir, dededen (pirden) destur ve dua alırdı. Pir elinden dua almayan zakire, âşık denilmezdi. Pir elinden zakire (âşığa) dolu verilirdi. Kısacası zakir olacak kişi, tüm mertebeleri başarılı bir şekilde geçerek gerçek anlamda zakir (âşık) olabilirdi.” Diyerek zakirlerin geçmişle günümüz arasındaki farklılıklarına değinmiştir.

Alevi âşıklık geleneğinde zâkirlere hak âşığı denildiğini belirten Âşık Kul Tahir, ulu ozan kavramı yerine daha çok hak âşığı kavramlarını kullandıklarını belirtmiştir. Dört ulu ozan, yedi ulu ozan benzeri tanımlara karşı olduğunu belirten Âşık Kul Tahir, bu tanımlamalarının yerin dört hak âşığı ve yedi hak âşığı

³ 27.08.2023 tarihinde Ali Baba Sultan Ocağı dedesi ve zâkiri Âşık Kul Tahir ile tarihinde yapılan görüşme.

tanımlamalarını kullanmayı tercih ettiklerini ifade etmiştir. Aleviliği büyük bir muhabbet ve aşkla yaşadıklarını söyleyen Âşık Kul Tahir, cemlerde genellikle zâkirler tarafından dört hak âşığı olan Fuzulî, Hatayî, Yeminî ve Viranî'den deyişler okunduklarını belirterek söz konusu hak âşıklarının sözlerinin birer âşık ayetleri olduğunu belirtmiştir.

Alevi-Bektaşî âşıklar cem evlerinde âşık-zakir olarak veya dede-zakir olarak sanatını icra etmektedirler. Âşıklar, cemlerde sadece âşık olarak değil, âşık-zakir veya dede-zakir olarak icra yapabilmektedirler. Ceme katılan âşık-zakir saz eşliğinde deyişler ve ulu ozanlardan şiirler okumaktadırlar. Âşık-zakir, on iki hizmet deyişi, delil deyişi, tevhit örneği, mihraçlama, mersiye vb. şiirleriyle sanatını icra etmektedirler. Ayrıca muhabbetlerinde usta malî deyişler söylerler. On iki imama ve Kerbela üzerine deyişler, mersiyeler, düvaz imamlar okuyarak ceme âşık-zakir olarak katkıda bulunmaktadır.

1.2. Alevi ve Sünnî Âşık Karşılaşmalarının (Muhabbet-Sohbet, Atışma) İcra Farklılıkları

Âşıklık geleneğindeki âşık fasıllarında hoşlama, hatırlatma, tekellüm, ayak açma, sicilleme, yalanlama, taşlama ve takılma, tüketmece ve daraltmaca, öğütme, bağlama- muamma, uğurlama, koçaklama, koltuklama, bozlak okuma, güzelleme okuma, gönül alma vb. bölümler bulunmaktadır. Bununla birlikte Alevi ve Sünnî âşıklık geleneğinde âşık fasılları icrasında birtakım farklılıklar ve benzerlikler bulunmaktadır. Bu durumun oluşmasında çeşitli faktörler etkili olmuştur. *“Fasıl türlerinin farklı olmasında bölgesel farklar, kültür değişiklikleri, inanç farklılıkları, algılayış biçimleri gibi sebepler etkili olabilmektedir”* (Artun, 2009:92-111).

Sünnî âşıklık geleneğinde ve Alevi âşıklık geleneğindeki âşık karşılaşmalarında, ortak karşılaşmalar bulunmaktadır. Bunlar: Hoşlama (merhabalaşma, hoş geldiniz), hatırlatma (canlandırma), bağlama ve muamma, öğütme (nasihat), uğurlama (güle güle) bölümlerdir. Sünnî âşıklık geleneğinde olup Alevi âşıklık geleneğinde olmayan âşık karşılaşmaları bölümleri de mevcuttur. Bunlar: tekellüm, yalanlama, sicilleme, taşlama ve takılma, tüketmece (daraltmaca) koçaklama, bozlak, koltuklama ve güzellemelerdir.⁴

Alevi âşıklık geleneğinde Sünnî âşıklardaki rakibi küçük düşürmek, alaya almak ve incitmek üzerine söylenen şiirler yoktur. Alevi âşıklar, Sünnî âşıkların aksine daha çok insanların gönüllerini kazanmak üzerine şiirler yazmaktadır. Alevi-Bektaşî inancında, insan kalbinin kırılması Kabe'yi yıkmakla eş değerde

⁴ Söz konusu bilgiler, Alevi-Bektaşî âşıklardan Âşık Ali Adil Atalay, Âşık Kul Tahir ile Sünnî âşıklardan Âşık Ahmet Poyrazoğlu, Âşık Mustafa Kurbanoğlu ile yapmış olduğumuz görüşmeler sonucunda elde edilmiştir.

tutulmuştur. Bundandır ki Sünni âşıklardaki “atışma” yerine Alevi-Bektaşî âşıklar “muhabbet-sohbet” ifadelerini kullanmışlardır. Alevi ve Sünni âşıklık geleneğindeki ayrıma değinen Âşık Ali Adil Atalay, “Sünni âşıklar, atıştıkları vakit, “Vurdum sırtına palanı, gidersin dolanı dolanı” derler. Bu Alevilik felsefesine yakışmaz. Bizde karşılıklı olarak birbirini methetme vardır. Sünni âşıkların atışmasında yerme var, biz de ise muhabbet var. Sünni âşıklarda yüceltmek kadar küçültmek, küçültmek kadar küçültmek yoktur. Oysa kişi karşısındakini ne kadar yüceltirse o denli yücelir, ne kadar küçültürse de o denli küçülür. Alevilerde ikrar vardır. İkrarı olmayanları muhabbete almazlar.” Diyerek Sünni âşıkların atışmasında rakip âşığı küçük düşürme, alaya alma, incitme davranışlarının Alevi âşıkların muhabbetinde olmadığı gibi; muhabbetlerinde âşığı övme, yüceltme ve âşığa saygı duyma davranışların olduğunu belirtmiştir. Âşık Vaktidolu Alevi-Bektaşî âşıkları ile Sünni âşıkların icralarında kısmi farklılık olsa da aslında hepsinin bir olduğunu ve aynı kaynaktan beslendiklerini ifade ederek Sünni âşıklık geleneğinde atışmaya karşılık Alevi-Bektaşî âşıklık geleneğinde muhabbetin olduğunu belirtmiştir.

Sonuç

Alevi-Bektaşî âşıklık geleneğinin yaşatıldığı önemli merkezlerden biri de İstanbul olmuştur. Çok sayıda Alevi- Bektaşî geleneğine mensup âşık-zakirin varlığıyla birlikte bu geleneğin çok sayıda icra mekânlarını da bünyesinde barındırmıştır. Bu mekânların başında şüphesiz cem evleri ve dergâhlar gelmektedir. Pendik, Kartal, Göztepe, Beyoğlu, Okmeydanı, Zeytinburnu başta olmak üzere İstanbul’un muhtelif semtlerinde bulunan bu mekânlar Alevi ve Bektaşîler için bir ibadet yeri olmakla birlikte sosyal ve kültürel faaliyetlerini bir arada yürütüldüğü mekânlar olarak da görülmektedir. Dergâhlar ve cem evleri âşık sanatının icra edildiği mekanlar olmakla birlikte, âşık-zakir bu mekânlarda okudukları eserlerle Alevi-Bektaşî geleneğine ait birçok konuya temas ederek insanların zihinlerini canlı tutmuşlardır. Geleneğin icracıları olarak ise daha çok âşık-zakir ön plana çıkmaktadır. Ceme katılan âşık-zakir tarafından saz eşliğinde deyişler ve ulu ozanlardan şiirler okunmaktadır. Âşık-zakir, on iki hizmet deyişi, delil deyişi, tevhit örneği, mihraçlama, mersiye vb. şiirlerinin yanında muhabbetlerinde usta malı deyişler de söylenmektedir. Âşık-zakir on iki imama ve Kerbela üzerine deyişler, mersiyeler, düvaz imam okuyarak ayrıca ceme katkıda bulunmaktadırlar. Dolayısıyla Alevi-Bektaşî topluluklarındaki âşıklık geleneği, dini ve kültürel değerlerin aktarılmasında, yaygınlaşmasında ve yaşatılmasında oldukça önemli bir yere sahip olmuştur. Bununla birlikte Alevi-Bektaşî âşıklık geleneğinde âşık fasılları icrasında birtakım farklılıklar ve benzerlikler ortaya çıkmaktadır. Bu durumun oluşmasında şüphesiz bölgesel

farklılıklar, kültür değışiklikleri, inanç farklılıkları, algılayış biçimleri gibi sebepler etkili olmuştur. Bu farklılıkların en başında ise geleneksel anlamda âşıklık geleneğı içerisindeki atışmanın yerini Alevi-Bektaşî âşıklık geleneğinde muhabbet (sohbet) kavramının almış olmasıdır. Âşıkların atışmasında rakip âşığı küçük düşürme, alaya alma, incitme davranışlarının Alevi-Bektaşî âşıkların muhabbetinde olmadığı gibi; muhabbetlerinde âşığı övme, yüceltme ve âşığa saygı duyma davranışları söz konusudur. Sonuç olarak Alevi-Bektaşî âşıklık geleneğı icrası ve yapısındaki değışimlerle birlikte icra mekânları ve gelenek temsilcileri âşık-zakirlerle birlikte İstanbul özelinde varlığını sürdürmeye devam edecektir.

Kaynaklar

- Artun, Erman. *Âşıklık Geleneği ve Âşık Edebiyatı*, İstanbul: Kitabevi. 2009.
- Demirtaş, Mehmet. *Seyyid Sultan Sücaaddin Veli Ocağında Alevilik 48 Perşembe Işığ*. Eskişehir: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yay., 2022.
- Er, Piri. *Geleneksel Anadolu Aleviliği*, Ankara: Evrak Yay., 1998.
- Ersoy, İlhan. “Müzik Türleri Uygulamasında Model Uygulaması: Bir Müzik Türü Olarak “Semah”, *Eurasian Journal of Music and Dance Dergisi*. S.14, 32-62, 2019.
- Gölpınarlı, Abdülbaki. *Alevi Bektaşî Nefesleri*, İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 1992.
- Levend, A. Sırrı. “Halk ve Tasavvufî Halk Edebiyatı”, *Halk Ozanlarının Sesi Dergisi*, S.5, Ankara:1993.
- Özdemir, Utku. *Kimlik, Ritüel Müzik, İcrası İstanbul Cemevlerinde Zakirlik Hizmeti*. İstanbul: Kolektif Kitap, 2016.
- Türkiye Diyanet Vakfı. (TDV). *İslam Ansiklopedisi*. Cilt. 6. İstanbul:1992.
- Yöre, Seyit. (2011). “Alevi-Bektaşî Kültürünün Müziksel Kodları”, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, S.60, 2011.
- Yıldız, Harun. *Anadolu Aleviliği (Amasya Yöresi Bağlamında Bir İnceleme)*. Ankara: Araştırma Yay., 2004.
- Yaman, Ali. *Alevilik Nedir? Şah Kulu Sultan Külliyesi Mehmet Ali Hilmi Dede-baba Araştırma Eğitim ve Kültür Vakfı Yay., (t.y). 2006.*
- Rençber, Fevzi. “Alevi Geleneğinde Cem Evinin Tarihîsel Kökeni”, *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, C.12, S.3, 2012.
- Thema Larousse. *Alevi-Bektaşî Edebiyatı*, C.6, İstanbul: Milliyet Yay., 1993.

Kaynak Kişiler:

- KK1:** Ali Adil ATALAY (Vaktidolu). (91 yaşında, ilkokul mezunu, emekli).
- KK2:** Tahir ASLANDAŞ (Kul Tahir). (54 yaşında, lise mezunu, dede-zakir).
- KK3:** Ahmet COŞKUN (Âşık Ahmet Poyrazoğlu). (73 yaşında, üniversite mezunu, emekli öğretmen).
- KK4:** Mustafa AYAZ (Âşık Mustafa Kurbanoglu). (61 yaşında, ilkokul mezunu, emekli).
- KK5:** Gürcü Doğan İŞLEYEN (Ozan Kumru). (53 yaşında, lise mezunu, âşık-zakir).

Fotoğraflar

Şekil 1. *Alevi-Bektaşî âşıklık geleneği hakkında Âşık Ali Adil Atalay ile Âşık Kul Tahir ile yapılan görüşme (mülaka) 'tan birer fotoğraf karesi.*

Şekil 2. *Dergâhtaki cem 'in ardından programa katılan âşık-zakirler birarada. Sütölçe, 2023.*

Şekil 3. *Kartal Cem Evi 'ndeki programından ardından Dede İlyas Sözer, Zakir Can Şahin birarada.. Kartal, 2023.*

7. Bölüm

Yapay Zekâ ve Ekonomik Büyüme: Kavramsal Bir Değerlendirme

Hasan Önder SARIDOĞAN¹

Giriş

Teknolojik gelişmeler, ekonomik büyüme ve verimlilik artışının temel belirleyicileri arasında yer almaktadır. Sanayi Devrimi'nden itibaren üretim teknolojilerinde ortaya çıkan yenilikler, üretim süreçlerinin yeniden şekillenmesine, kaynakların daha etkin kullanılmasına ve yeni mal ve hizmetlerin ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte ekonomik faaliyetlerin dijitalleşmesi hız kazanmış; üretim, tüketim, yatırım ve istihdam kararları giderek daha fazla teknolojik gelişmeler tarafından belirlenmeye başlamıştır. Bu dönüşümün son aşamalarından birini oluşturan yapay zekâ, geniş kullanım alanı ve farklı sektörleri aynı anda etkileyebilme kapasitesi nedeniyle yeni bir genel amaçlı teknoloji olarak değerlendirilmektedir (Filippucci vd. 2024).

Yapay zekâ teknolojilerinin ekonomik açıdan en dikkat çekici yönlerinden biri verimlilik üzerindeki potansiyel etkisidir. Makine öğrenmesi ve özellikle üretken yapay zekâ uygulamaları, yalnızca rutin görevleri otomatikleştirmekle kalmayıp bilgi yoğun ve bilişsel faaliyetlerde de kullanılmaya başlanmıştır. Bu durum yapay zekânın önceki otomasyon teknolojilerinden daha geniş bir ekonomik etki alanına sahip olabileceğini düşündürmektedir. Nitekim Noy ve Zhang (2023), ChatGPT kullanımının profesyonel yazma görevlerinde çalışma süresini azaltırken çıktı kalitesini artırdığını göstermektedir. Benzer biçimde Brynjolfsson vd. (2025), üretken yapay zekâ desteğinin müşteri hizmetleri çalışanlarının verimliliğini ortalama %15 artırdığını ve kazanımların daha az deneyimli çalışanlarda daha belirgin olduğunu ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte mikro düzeyde gözlenen verimlilik kazanımlarının doğrudan makroekonomik büyümeye aynı ölçüde yansıtacağı kesin değildir. Yapay zekânın toplam verimlilik üzerindeki etkisi teknolojinin benimsenme hızı, görevlerin yapay zekâya uygunluğu, tamamlayıcı yatırımlar, işgücünün beceri düzeyi ve sektörlerin ekonomik yapı içindeki ağırlığı gibi çok sayıda faktöre

¹ Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi, Kumluca Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, Antalya, Türkiye, ondersaridogan@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6463-4681

bağlıdır. Bu nedenle literatürde yapay zekânın makroekonomik etkilerine ilişkin farklı tahminler bulunmaktadır. Acemoglu (2024), yapay zekânın toplam faktör verimliliği üzerindeki etkisinin önümüzdeki on yılda pozitif fakat görece sınırlı kalabileceğini savunurken, Aghion ve Bunel (2024) daha yüksek verimlilik artışlarının mümkün olduğuna işaret etmektedir.

Yapay zekânın ekonomik etkileri ülkeler arasında da farklılaşabilir. Dijital altyapı, nitelikli işgücü, finansmana erişim, inovasyon kapasitesi ve düzenleyici kurumlar bakımından ülkeler arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Chaar vd. (2025), özellikle düşük ve alt-orta gelirli ülkelerde yetersiz dijital altyapı, düşük eğitim ve beceri düzeyi, yüksek teknoloji benimseme maliyetleri ve zayıf düzenleyici çerçevelerin yapay zekâdan sağlanabilecek verimlilik kazanımlarını sınırlayabileceğini belirtmektedir. Bu durum yapay zekânın yalnızca büyüme potansiyeli açısından değil, ülkeler arasındaki verimlilik ve gelir farkları bakımından da değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Diğer taraftan yapay zekânın yaygınlaşması yalnızca verimlilik ve büyüme fırsatları yaratmamaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin belirli görevleri ikame etmesi, işgücü talebinin meslekler ve beceri grupları arasında yeniden dağılmasına yol açabilir. Ayrıca yapay zekâ teknolojilerinin geliştirilmesinin yüksek miktarda veri, hesaplama kapasitesi ve sermaye gerektirmesi, teknoloji üretiminin sınırlı sayıdaki büyük firmalarda yoğunlaşması riskini beraberinde getirmektedir. Bu nedenle yapay zekânın ekonomik etkilerinin verimlilik ve büyümenin yanı sıra istihdam, gelir dağılımı, rekabet ve teknolojik eşitsizlikler açısından da ele alınması gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ teknolojilerinin verimlilik ve ekonomik büyüme üzerindeki olası etkilerini kavramsal ve güncel gelişmeler çerçevesinde değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda öncelikle yapay zekânın kavramsal ve teorik arka planı ele alınacak, ardından yapay zekânın küresel ekonomideki gelişimi incelenecektir. Daha sonra yapay zekânın verimlilik ve ekonomik büyüme üzerindeki etkileri değerlendirilecek; teknolojinin yaygınlaşmasının beraberinde getirdiği temel ekonomik ve toplumsal riskler tartışılacaktır. Çalışma genel bir sonuç ve değerlendirme bölümü ile tamamlanacaktır.

Yapay Zekâ: Kavramsal ve Teorik Arka Plan

Yapay zekâ, genel olarak makinelerin öğrenme, tahmin yapma, problem çözme, karar verme ve doğal dili işleme gibi insan zekâsıyla ilişkilendirilen bilişsel işlevleri yerine getirebilmesini sağlayan teknolojiler bütünü ifade etmektedir (Filippucci vd., 2024). Son yıllarda makine öğrenmesi, derin öğrenme ve üretken yapay zekâ alanlarında yaşanan gelişmeler, yapay zekânın kullanım alanlarını önemli ölçüde genişletmiştir. Özellikle büyük miktardaki verinin

işlenebilmesi ve bu verilerden tahmin, içerik ve karar desteği üretilebilmesi, yapay zekâyı önceki dijital teknolojilerden farklılaştıran temel özelliklerden biridir. Agrawal vd. (2019), yapay zekânın ekonomik değerinin büyük ölçüde tahmin maliyetlerini düşürme ve karar alma süreçlerini geliştirme kapasitesinden kaynaklandığını vurgulamaktadır. Bu özellik, yapay zekânın üretimden finansmana, sağlıktan eğitime kadar çok sayıda ekonomik faaliyette kullanılabilmesini mümkün kılmaktadır.

Ekonomik büyüme teorileri açısından teknolojik ilerleme uzun dönem büyümenin temel unsurlarından biridir. Solow'un (1956) neoklasik büyüme modelinde uzun dönem büyümenin sürdürülebilmesi teknolojik ilerlemeye bağlı olmakla birlikte, teknoloji modelin dışında belirlenen dışsal bir faktör olarak ele alınmaktadır. İçsel büyüme teorileri ise bilgi üretimini ve teknolojik gelişmeyi ekonomik sistemin kendi dinamikleriyle açıklamaktadır. Romer (1990), bilgi ve yeni fikirlerin üretimini uzun dönem büyümenin temel kaynaklarından biri olarak değerlendirirken, Aghion ve Howitt (1992) ekonomik büyümeyi yenilik ve yaratıcı yıkım süreciyle ilişkilendirmektedir. Bu çerçevede yapay zekâ, hem mevcut üretim süreçlerinin daha etkin gerçekleştirilmesini sağlayan hem de yeni fikir ve teknolojilerin ortaya çıkmasını hızlandırabilen bir teknolojik gelişme olarak değerlendirilebilir.

Yapay zekânın ekonomik etkilerinin anlaşılmasında genel amaçlı teknoloji yaklaşımı da önemli bir teorik çerçeve sunmaktadır. Bresnahan ve Trajtenberg (1995)'e göre genel amaçlı teknolojiler; ekonominin farklı sektörlerinde yaygın olarak kullanılabilen, zaman içerisinde sürekli gelişen ve tamamlayıcı yenilikleri teşvik eden teknolojilerdir. Elektrik, buhar makinesi, bilgisayarlar ve internet bu teknolojilere örnek olarak gösterilmektedir. Genel amaçlı teknolojiler tek bir üretim alanındaki verimlilik artışının ötesine geçerek ekonomik sistemin geniş bir bölümünde yeni üretim yöntemleri, ürünler ve organizasyon biçimlerinin ortaya çıkmasını sağlayabilmektedir.

Yapay zekânın bu özellikleri taşıdığına ilişkin literatür giderek genişlemektedir. Goldfarb vd. (2023), çevrim içi iş ilanlarından hareketle gerçekleştirdikleri analizde makine öğrenmesi ve ilişkili veri bilimi teknolojilerinin genel amaçlı teknoloji olma potansiyelinin diğer birçok gelişmekte olan teknolojiye kıyasla yüksek olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde Calvino vd. (2025), üretken yapay zekâyı yaygın kullanım, sürekli teknolojik gelişme ve tamamlayıcı yenilikleri teşvik etme özellikleri üzerinden değerlendirmekte ve teknolojinin yeni bir genel amaçlı teknoloji olma konusunda önemli bir potansiyele sahip olduğunu ileri sürmektedir. Bununla birlikte genel amaçlı teknolojilerin ekonomik etkilerinin ortaya çıkması çoğu zaman belirli bir zaman gerektirmektedir. Teknolojinin yaygınlaşması, firmaların üretim ve

organizasyon yapılarını değiştirmesi, işgücünün yeni beceriler kazanması ve tamamlayıcı yatırımların gerçekleştirilmesi bu surecin önemli unsurlarıdır.

Yapay zekânın büyüme üzerindeki etkisi yalnızca mevcut üretimin daha etkin gerçekleştirilmesiyle sınırlı değildir. Teknoloji aynı zamanda inovasyon surecinin kendisini dönüştürme potansiyeline sahiptir. Cockburn vd. (2018), özellikle makine öğrenmesi ve derin öğrenmedeki gelişmelerin yapay zekâyı genel amaçlı bir “buluş yöntemi” haline getirebileceğini ve araştırma-geliştirme faaliyetlerinin yapısını değiştirebileceğini ileri sürmektedir. Yapay zekâ, büyük veri setlerinin daha hızlı analiz edilmesi, yeni teknolojik fırsatların belirlenmesi ve araştırma sürelerinin hızlandırılması yoluyla inovasyon maliyetlerini azaltabilir. Bu durum, teknolojinin uzun dönem büyüme üzerindeki etkisinin yalnızca üretim verimliliği üzerinden değil, bilgi ve yenilik üretimi üzerinden de gerçekleşebileceğini göstermektedir.

Firma düzeyindeki gelişmeler de bu yaklaşımı desteklemektedir. Babina vd. (2024), yapay zekâ yatırımlarının firmaların satış, istihdam ve piyasa değerindeki büyümeyle ilişkili olduğunu ve söz konusu büyümenin önemli ölçüde ürün inovasyonu kanalıyla gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Buna göre yapay zekâ, firmaların yeni ürünler geliştirme ve müşteri tercihlerini daha etkin biçimde değerlendirme kapasitesini artırarak büyümeyi destekleyebilmektedir. Furman ve Seamans (2019)’da yapay zekânın verimlilik artışı açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu, ancak teknoloji kullanımının işgücü piyasası üzerindeki etkilerinin sektörler ve meslekler arasında farklılaşabileceğini vurgulamaktadır.

Bu noktada yapay zekânın emekle ilişkisi ikame ve tamamlayıcılık mekanizmaları üzerinden değerlendirilebilir. Acemoglu ve Restrepo (2018) otomasyon teknolojilerinin daha önce emek tarafından gerçekleştirilen bazı faaliyetleri üstlenerek işgücü üzerinde bir ikame etkisi yaratabileceğini; buna karşılık maliyet düşüşleri, verimlilik artışı ve yeni faaliyetlerin ortaya çıkmasının işgücü talebini destekleyebileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla yapay zekânın işgücü ve ekonomik büyüme üzerindeki etkisi tek yönlü değildir. Teknolojinin hangi faaliyetlerde insan emeğinin yerine geçtiği, hangi faaliyetlerde çalışanların üretkenliğini artırdığı ve ne ölçüde yeni faaliyetler oluşturduğu nihai ekonomik sonuçların belirlenmesinde önem taşımaktadır.

Sonuç olarak yapay zekâ, ekonomik büyüme teorileri açısından teknolojik ilerleme, bilgi üretimi, inovasyon ve verimlilik kanallarının kesiştiği bir teknolojik gelişme olarak değerlendirilebilir. Genel amaçlı teknoloji niteliği kazanması halinde yapay zekânın ekonomik etkileri yalnızca belirli sektörlerdeki maliyet ve verimlilik kazanımlarıyla sınırlı kalmayacak, üretim organizasyonu, inovasyon süreleri ve işgücünün yapısında daha kapsamlı dönüşümlere yol

açabilecektir. Bununla birlikte bu etkilerin büyüklüğü teknolojinin yayılma hızı, tamamlayıcı yatırımlar, insan sermayesi ve ekonomilerin teknolojiyi benimseme kapasitesi tarafından belirlenecektir.

Yapay Zekânın Küresel Ekonomideki Gelişimi

Yapay zekâ teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, bu teknolojilerin araştırma alanından çıkarak ekonomik faaliyetlerin önemli bir bileşeni haline gelmesini sağlamıştır. Özellikle veri işleme kapasitesindeki artış, bulut bilişim altyapısının gelişmesi, hesaplama maliyetlerinin azalması ve makine öğrenmesi yöntemlerindeki ilerlemeler yapay zekâ uygulamalarının farklı sektörlerde yaygınlaşmasını hızlandırmıştır. Furman ve Seamans (2019), yapay zekâ alanındaki girişimlerin, yatırımların ve patent faaliyetlerinin belirgin biçimde arttığını ve bu gelişmenin teknolojinin ekonomik önemini güçlendirdiğini belirtmektedir. Daha yakın dönemde üretken yapay zekâ uygulamalarının yaygınlaşması ise yapay zekânın kullanım alanını daha da genişleterek firmaların bu teknolojilere yönelik harcamalarını hızlandırmıştır.

Bu gelişmenin ekonomik boyutu küresel yapay zekâ harcamalarındaki artışta açık biçimde görülmektedir. IDC tahminlerine göre küresel yapay zekâ harcamalarının 2024 yılında yaklaşık 235 milyar ABD dolarından 2028 yılında 630 milyar doların üzerine çıkması beklenmektedir. Aynı dönemde üretken yapay zekânın toplam yapay zekâ harcamaları içindeki payının da belirgin biçimde yükselmesi öngörülmektedir. Bu eğilim, yapay zekânın yalnızca teknolojik bir yenilik olmaktan çıkarak firmaların yatırım ve dijital dönüşüm stratejilerinde giderek daha önemli bir konuma geldiğini göstermektedir (IDC, 2024).

Tablo 1: Küresel Yapay Zekâ Harcamalarına İlişkin Seçilmiş Göstergeler

Gösterge	2024	2028
		Tahmini
Küresel yapay zekâ harcamaları (milyar ABD doları)	235	630
Üretken yapay zekânın toplam AI harcamalarındaki payı (%)	17,2	32
Yazılım ve bilgi hizmetleri, bankacılık ve perakende sektörlerinin AI harcamaları (milyar ABD doları)	89,6	222
Bu üç sektörün küresel AI harcamalarındaki payı (%)	38	35

Kaynak: IDC (2024)

Tablo 1’de görüldüğü üzere yapay zekâ harcamalarının önümüzdeki yıllarda güçlü biçimde artması beklenmektedir. Özellikle üretken yapay zekânın toplam harcamalar içindeki payının yükselmesi, teknolojinin küresel ekonomik faaliyetler içerisindeki öneminin artmaya devam edeceğine işaret etmektedir.

Yapay zekâ yatırımlarındaki artış, teknolojinin firma düzeyinde benimsenmesiyle birlikte daha görünür hale gelmektedir. Babina vd. (2024), yapay zekâ yatırımı yapan firmaların satış, istihdam ve piyasa değeri bakımından daha yüksek büyüme gösterdiğini ve bu etkinin özellikle ürün inovasyonu kanalıyla ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu bulgu, yapay zekânın yalnızca maliyetleri azaltan bir otomasyon aracı olmadığını, aynı zamanda yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini destekleyen bir büyüme unsuru haline geldiğini göstermektedir. Bununla birlikte yapay zekâ yatırımlarının büyük ve teknolojik kapasitesi yüksek firmalarda daha yoğunlaşması, teknolojik dönüşümün firmalar arasında eşit biçimde gerçekleşmediğine de işaret etmektedir.

Yapay zekânın kullanım alanları bakımından da hızlı bir çeşitlenme yaşanmaktadır. Başlangıçta veri analizi, tahmin ve sınıflandırma gibi daha sınırlı görevlerde kullanılan yapay zekâ uygulamaları, üretken yapay zekânın gelişmesiyle birlikte metin, görüntü, ses ve yazılım kodu üretimi gibi daha geniş faaliyet alanlarına yayılmıştır. Calvino vd. (2025), üretken yapay zekânın özellikle doğal dil üzerinden kullanılabilmesi ve farklı içerik türlerini üretebilmesi nedeniyle önceki yapay zekâ teknolojilerine kıyasla daha geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşabildiğini belirtmektedir. Bu özellik, yapay zekânın yalnızca teknoloji yoğun sektörlerde değil, finans, eğitim, sağlık, danışmanlık, medya ve kamu hizmetleri gibi bilgi yoğun faaliyetlerde de yaygınlaşmasını kolaylaştırmaktadır.

Bununla birlikte yapay zekânın küresel ekonomideki yayılımı ülkeler ve sektörler arasında önemli ölçüde farklılaşmaktadır. Yapay zekâ uygulamalarının benimsenmesi; dijital altyapının gelişmişliği, nitelikli işgücünün varlığı, veri ve hesaplama kapasitesine erişim, finansman olanakları ve firmaların teknolojik uyum kabiliyeti gibi faktörlerden etkilenmektedir. Filippucci vd. (2024), yapay zekâ kullanımının diğer dijital teknolojilere kıyasla hâlen sınırlı olduğunu ve benimsenmenin özellikle bilgi yoğun hizmetler ile ileri teknoloji sektörlerinde yoğunlaştığını belirtmektedir. Dolayısıyla yapay zekânın ekonomik etkilerinin kısa dönemde tüm sektörlerde ve ülkelerde aynı ölçüde ortaya çıkması beklenmemektedir.

Benzer biçimde Chaar vd. (2025), düşük ve alt-orta gelirli ülkelerde dijital altyapı eksiklikleri, beceri yetersizlikleri, finansman kısıtları ve düzenleyici kapasitenin sınırlı olmasının yapay zekâdan elde edilebilecek kazanımları azaltabileceğini vurgulamaktadır. Bu durum, yapay zekânın küresel verimlilik farklarını azaltabileceği gibi mevcut teknolojik ve ekonomik farklılıkları daha da derinleştirebileceğini göstermektedir. Yapay zekâ teknolojilerinin geliştirilmesi için gerekli olan yüksek hesaplama kapasitesi, büyük veri setleri ve nitelikli insan

sermayesinin belirli ülkeler ve firmalarda yoğunlaşması da bu riskleri artırmaktadır.

Sonuç olarak yapay zekâ, küresel ekonomide giderek artan yatırım hacmi, genişleyen kullanım alanları ve firmaların üretim ve inovasyon süreçlerine daha yoğun biçimde entegre olmasıyla önemli bir ekonomik dönüşüm unsuru haline gelmektedir. Bununla birlikte teknolojinin benimsenme düzeyi ve ekonomik etkileri ülkelerin ve firmaların teknolojik kapasitesine bağlı olarak farklılaşmaktadır. Bu nedenle yapay zekânın küresel ölçekteki gelişiminin ekonomik büyümeye ne ölçüde katkı sağlayacağı, büyük ölçüde söz konusu teknolojilerin verimlilik artışlarına ne ölçüde dönüştürülebileceğine bağlı olacaktır.

Yapay Zekânın Verimlilik ve Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri

Yapay zekânın ekonomik büyüme üzerindeki temel etkisinin verimlilik kanalıyla ortaya çıkması beklenmektedir. Yapay zekâ uygulamaları, belirli görevlerin daha kısa sürede ve daha düşük maliyetle gerçekleştirilmesini sağlarken çalışanların bilgiye erişimini, analiz kapasitesini ve karar alma süreçlerini de geliştirebilmektedir. Bu nedenle yapay zekânın verimlilik üzerindeki etkisi yalnızca emeğin ikame edilmesiyle sınırlı değildir. Teknoloji, bazı faaliyetlerde insan emeğinin yerini alırken bazı faaliyetlerde çalışanların üretkenliğini artıran tamamlayıcı bir araç olarak işlev görebilmektedir. Bu ikili yapı, yapay zekânın toplam ekonomik etkisinin kullanılan teknolojiye, görevin niteliğine ve işgücünün özelliklerine göre farklılaşmasına neden olmaktadır.

Yapay zekânın çalışan verimliliğine ilişkin ilk ampirik bulgular önemli kazanımlara işaret etmektedir. Noy ve Zhang (2023), üretken yapay zekâ kullanımını profesyonel yazma görevleri üzerinden değerlendirdikleri deneysel çalışmalarında ChatGPT kullanımının görevlerin tamamlanma süresini önemli ölçüde azalttığını ve çıktı kalitesini artırdığını göstermektedir. Çalışmada verimlilik kazanımlarının başlangıç performansı daha düşük bireylerde daha yüksek olması, yapay zekânın çalışanlar arasındaki performans farklılıklarını belirli ölçüde azaltabileceğine de işaret etmektedir. Benzer biçimde Brynjolfsson vd. (2025), 5.172 müşteri hizmetleri çalışanını kapsayan çalışmalarında üretken yapay zekâ desteğinin saat başına çözölen müşteri sorunlarıyla ölçölen verimliliğı ortalama %15 artırdığını ortaya koymaktadır. Verimlilik artışının özellikle daha az deneyimli ve daha düşük beceri düzeyine sahip çalışanlarda yoğunlaşması, yapay zekânın kurumsal bilgi ve deneyimin daha geniş çalışan gruplarına aktarılmasını kolaylaştırabileceğini göstermektedir.

Bilgi yoğun faaliyetlerde gerçekleştirilen daha güncel araştırmalar da benzer sonuçlara ulaşmaktadır. Dell'Acqua vd. (2026), 758 bilgi çalışanını kapsayan

saha deneyinde yapay zekâ desteğinin teknoloji sınırı içerisinde kalan görevlerde çalışanların performansını belirgin biçimde artırdığını göstermektedir. Bununla birlikte çalışma, yapay zekânın yetenek sınırlarının dışında kalan görevlerde kullanımının hatalı sonuçlara yol açabileceğini de ortaya koymaktadır. Bu bulgu, yapay zekânın her görevde otomatik olarak verimlilik artışı sağlayacağı varsayımının geçerli olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla yapay zekâdan sağlanacak ekonomik kazanımlar, teknolojinin hangi faaliyetlerde kullanıldığı ve çalışanların üretilen çıktıları ne ölçüde değerlendirebildiğiyle yakından ilişkilidir.

Mikro düzeyde gözlenen bu kazanımların makroekonomik verimliliğe ne ölçüde yansıtacağı konusunda ise literatürde farklı değerlendirmeler bulunmaktadır. Acemoglu (2024), yapay zekânın mevcut görevler üzerindeki etkilerinden hareketle yaptığı hesaplamalarda toplam faktör verimliliği üzerindeki etkinin önümüzdeki on yıllık dönemde pozitif ancak sınırlı kalabileceğini ileri sürmektedir. Çalışmada temel varsayımlar altında on yıllık toplam faktör verimliliği artışının %0,71'i aşmayabileceği, daha ihtiyatlı varsayımlar altında ise bu oranın %0,55'in altında kalabileceği tahmin edilmektedir. Bu yaklaşım, mikro düzeyde yüksek verimlilik artışlarının ekonomi genelinde aynı büyüklükte sonuçlar doğurmasının zorunlu olmadığını göstermektedir.

Buna karşılık Aghion ve Bunel (2024), yapay zekânın makroekonomik etkisine ilişkin daha yüksek tahminler ortaya koymaktadır. Önceki teknolojik devrimlerle yapılan karşılaştırmalardan hareketle yapay zekânın gelecek on yılda yıllık toplam verimlilik artışına yaklaşık 0,8–1,3 yüzde puan katkı sağlayabileceğini tahmin etmektedirler. Görev temelli yaklaşım kullanıldığında ise yıllık toplam faktör verimliliğine yönelik medyan katkı tahmini yaklaşık 0,68 yüzde puandır. Yazarlar, yapay zekânın ekonomik katkısının yalnızca mevcut üretim süreçlerinde verimlilik sağlamasıyla sınırlı olmadığını, aynı zamanda yeni fikirlerin ve inovasyonların ortaya çıkışını da hızlandırabileceğini vurgulamaktadır. Bu nedenle yapay zekânın uzun dönem büyüme etkisinin mevcut üretim süreçlerindeki doğrudan verimlilik kazanımlarından daha yüksek olması mümkündür.

Yapay zekânın makroekonomik verimlilik üzerindeki olası etkileri ülkelerin ekonomik yapısına göre de farklılaşmaktadır. Filippucci vd. (2025), G7 ülkeleri için geliştirdikleri tahminlerde yapay zekâdan kaynaklanan yıllık emek verimliliği artışının, teknolojiye maruziyetin ve benimsemenin yüksek olduğu ülkelerde yaklaşık 0,4–1,3 yüzde puan arasında olabileceğini hesaplamaktadır. Daha düşük yapay zekâ maruziyetine veya daha yavaş benimseme düzeyine sahip ülkelerde ise söz konusu etkinin yaklaşık 0,2–0,8 yüzde puan arasında kalabileceği tahmin edilmektedir. Bu farklılık, ekonomilerin sektörel yapısı, bilgi

yoğun hizmetlerin ağırlığı ve firmaların yapay zekâyı benimseme kapasitesinin verimlilik kazanımlarının büyüklüğünü belirleyen temel unsurlar arasında olduğunu göstermektedir.

Yapay zekânın ekonomik büyümeyi destekleyebileceği bir diğer önemli kanal inovasyondur. Cockburn vd. (2018), yapay zekânın yeni bir “buluş yöntemi” olarak araştırma ve geliştirme süreçlerinin etkinliğini artırabileceğini ileri sürmektedir. Babina vd. (2024) tarafından elde edilen firma düzeyindeki bulgular da yapay zekâ yatırımlarının satış, istihdam ve firma değerindeki büyümeyle ilişkili olduğunu ve söz konusu büyümenin önemli ölçüde ürün inovasyonu üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir. Bu nedenle yapay zekânın uzun dönem büyümeye katkısının yalnızca mevcut üretim süreçlerinin daha etkin hale gelmesinden değil, aynı zamanda yeni ürünlerin, üretim yöntemlerinin ve teknolojilerin ortaya çıkmasından kaynaklanması beklenmektedir.

Bununla birlikte yapay zekâ kaynaklı verimlilik artışlarının ortaya çıkması otomatik bir süreç değildir. Teknolojinin etkin biçimde kullanılabilmesi için dijital altyapı, insan sermayesi, organizasyonel dönüşüm ve tamamlayıcı yatırımlar gerekmektedir. Ayrıca yapay zekâ kullanımının sektörler ve ülkeler arasında eşit biçimde yayılmaması, ortaya çıkan verimlilik kazanımlarının da farklılaşmasına neden olabilir. Bu nedenle yapay zekânın ekonomik büyüme üzerindeki nihai etkisi, teknolojik kapasitenin yanı sıra firmaların ve ülkelerin bu teknolojiyi üretim süreçlerine ne ölçüde entegre edebildiğine bağlı olacaktır.

Sonuç

Yapay zekâ, son yıllarda yalnızca teknolojik gelişmelerin değil, ekonomik dönüşüm tartışmalarının da merkezinde yer almaya başlamıştır. Makine öğrenmesi, büyük dil modelleri ve üretken yapay zekâ uygulamalarındaki hızlı ilerleme, bu teknolojilerin üretim, hizmetler, finans, eğitim, sağlık ve araştırma-geliştirme gibi çok sayıda alanda kullanılmasını mümkün hale getirmiştir. Bu geniş kullanım alanı, yapay zekânın ekonomik etkilerinin yalnızca belirli sektörlerle sınırlı kalmayacağını ve uzun dönemde üretim yapısı, işgücü piyasaları ve inovasyon süreçleri üzerinde daha kapsamlı sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir.

Çalışmada ele alınan teorik ve ampirik bulgular, yapay zekânın ekonomik büyümeyi başlıca verimlilik ve inovasyon kanalları üzerinden etkileyebileceğini göstermektedir. Yapay zekâ, belirli görevlerin daha hızlı ve daha düşük maliyetle gerçekleştirilmesini sağlayarak çalışanların ve firmaların verimliliğini artırmaktadır. Özellikle üretken yapay zekâ üzerine yapılan son çalışmalar, profesyonel yazma, müşteri hizmetleri ve bilgi yoğun faaliyetlerde önemli verimlilik kazanımlarının ortaya çıkabildiğini göstermektedir. Bununla birlikte söz konusu kazanımların çalışanların deneyim ve beceri düzeyine, gerçekleştirilen görevin

niteliğine ve yapay zekâ araçlarının etkin biçimde kullanılabilmesine bağlı olarak farklılaşabildiği görülmektedir.

Firma düzeyindeki etkiler de yapay zekânın ekonomik büyüme açısından önemini desteklemektedir. Yapay zekâ yatırımlarının satış, istihdam, firma değeri ve özellikle ürün inovasyonu ile ilişkili olması, teknolojinin yalnızca mevcut üretim süreçlerinin maliyetlerini azaltan bir araç olmadığını göstermektedir. Yapay zekânın araştırma ve geliştirme süreçlerini desteklemesi, bilgi üretimini hızlandırması ve yeni ürünlerin geliştirilmesini kolaylaştırması, uzun dönem büyüme açısından daha geniş etkilerin ortaya çıkmasına imkân sağlayabilir. Bu açıdan yapay zekânın genel amaçlı teknoloji niteliği kazanması, ekonomik etkilerinin zaman içinde daha fazla sektöre yayılmasını mümkün kılabilir.

Bununla birlikte mikro düzeyde gözlenen yüksek verimlilik kazanımlarının makroekonomik büyümeye aynı büyüklükte yansıtacağı konusunda kesin bir sonuç bulunmamaktadır. Literatürde yapay zekânın toplam faktör verimliliği üzerindeki etkisine ilişkin tahminler önemli ölçüde farklılaşmaktadır. Daha ihtiyatlı yaklaşımlar önümüzdeki on yılda sınırlı fakat pozitif bir verimlilik artışına işaret ederken, daha iyimser çalışmalar yapay zekânın yıllık verimlilik artışına daha yüksek katkılar sağlayabileceğini öngörmektedir. Bu farklılıklar, yapay zekânın ekonomik etkisine ilişkin belirsizliğin hâlen yüksek olduğunu göstermektedir.

Yapay zekâdan elde edilecek kazanımların ülkeler arasında da eşit biçimde dağılması beklenmemektedir. Dijital altyapı, insan sermayesi, finansman imkânları, yenilik kapasitesi ve kurumsal yapı bakımından daha güçlü ekonomilerin yapay zekâ teknolojilerini daha hızlı benimseyerek daha yüksek verimlilik kazanımları elde etmeleri mümkündür. Buna karşılık teknolojik altyapısı ve nitelikli işgücü kapasitesi daha sınırlı ülkelerde yapay zekânın ekonomik etkileri daha düşük düzeyde kalabilir. Bu nedenle yapay zekâ, ülkeler arasındaki verimlilik farklarını azaltabilecek bir araç olabileceği gibi mevcut teknolojik farklılıkları daha da derinleştirebilecek bir unsur da olabilir.

Sonuç olarak yapay zekâ, ekonomik büyüme ve verimlilik açısından önemli fırsatlar sunan ancak etkileri henüz tam olarak belirginleşmemiş bir teknolojik dönüşüm sürecini temsil etmektedir. Uzun dönem ekonomik sonuçlar, yalnızca yapay zekâ teknolojilerinin teknik kapasitesine değil, bu teknolojilerin ekonomiye ne ölçüde yayıldığına, firmaların organizasyon yapılarını ne kadar hızlı uyarladığına, çalışanların gerekli becerileri kazanmasına ve tamamlayıcı yatırımların gerçekleştirilmesine bağlı olacaktır. Bu nedenle yapay zekânın ekonomik büyümeye katkısının artırılması, teknolojik yatırımların yanı sıra dijital altyapının geliştirilmesini, insan sermayesinin güçlendirilmesini ve yenilik kapasitesini destekleyen politikaların uygulanmasını gerekli kılmaktadır.

Kaynaklar

- Acemoglu, D. (2024). *The Simple Macroeconomics of AI* (32487; NBER Working Paper).
- Acemoglu, D., & Restrepo, P. (2018). Artificial Intelligence, Automation and Work. *NBER Working Papers*.
<https://ideas.repec.org/p/nbr/nberwo/24196.html>
- Aghion, P., & Bunel, S. (2024). AI and Growth: Where Do We Stand? In *Federal Reserve Bank of San Francisco*. Federal Reserve Bank of San Francisco.
<https://www.frbsf.org/wp-content/uploads/AI-and-Growth-Aghion-Bunel.pdf>
- Aghion, P., & Howitt, P. (1992). A Model of Growth through Creative Destruction. *Econometrica*, 60(2), 323–351.
<https://ideas.repec.org/a/ecm/emetrp/v60y1992i2p323-51.html>
- Agrawal, A., Gans, J. S., & Goldfarb, A. (2019). Artificial Intelligence: The Ambiguous Labor Market Impact of Automating Prediction. *Journal of Economic Perspectives*, 33(2), 31–50. <https://doi.org/10.1257/JEP.33.2.31>
- Babina, T., Fedyk, A., He, A., & Hodson, J. (2024). Artificial intelligence, firm growth, and product innovation. *Journal of Financial Economics*, 151, 103745. <https://doi.org/10.1016/J.JFINECO.2023.103745>
- Bresnahan, T. F., & Trajtenberg, M. (1995). General purpose technologies ‘Engines of growth’? *Journal of Econometrics*, 65(1), 83–108.
[https://doi.org/10.1016/0304-4076\(94\)01598-T](https://doi.org/10.1016/0304-4076(94)01598-T)
- Brynjolfsson, E., Li, D., & Raymond, L. (2025). Generative AI at Work. *The Quarterly Journal of Economics*, 140(2), 889–942.
<https://doi.org/10.1093/QJE/QJAE044>
- Calvino, F., Haerle, D., & Liu, S. (2025). Is generative AI a General Purpose Technology?: Implications for productivity and policy. *OECD Artificial Intelligence Papers, OECD Artificial Intelligence Papers*.
<https://doi.org/10.1787/704E2D12-EN>
- Chaar, T., Filippucci, F., Jona-Lasinio, C., & Nicoletti, G. (2025). AI and the global productivity divide: Fuel for the fast or a lift for the laggards? *OECD Artificial Intelligence Papers, OECD Artificial Intelligence Papers*.
<https://doi.org/10.1787/C315EA90-EN>
- Cockburn, I. M., Henderson, R., & Stern, S. (2018). The Impact of Artificial Intelligence on Innovation. *NBER Working Papers*, 121(1), 1–27.
<https://doi.org/10.1086/669706>
- Dell’Acqua, F., McFowland, E., Mollick, E., Lifshitz, H., Kellogg, K. C., Rajendran, S., Kraymer, L., Candelon, F., & Lakhani, K. R. (2026). Navigating the Jagged Technological Frontier: Field Experimental

Evidence of the Effects of Artificial Intelligence on Knowledge Worker Productivity and Quality. *Organization Science*, 37(2), 403–423. <https://doi.org/10.1287/orsc.2025.21838>

Filippucci, F., Gal, P., Jona-Lasinio, C., Leandro, A., & Nicoletti, G. (2024). The impact of Artificial Intelligence on productivity, distribution and growth: Key mechanisms, initial evidence and policy challenges. *OECD Artificial Intelligence Papers, OECD Artificial Intelligence Papers*, 15. <https://doi.org/10.1787/8D900037-EN>

Furman, J., & Seamans, R. (2019). AI and the Economy. *Innovation Policy and the Economy*, 19, 161–191. <https://doi.org/10.1086/699936>

Goldfarb, A., Taska, B., & Teodoridis, F. (2023). Could machine learning be a general purpose technology? A comparison of emerging technologies using data from online job postings. *Research Policy*, 52(1), 104653. <https://doi.org/10.1016/J.RESPOL.2022.104653>

IDC. (2024). *A Deep Dive Into IDC's Global AI and Generative AI Spending*. <https://www.idc.com/resource-center/blog/a-deep-dive-into-idcs-global-ai-and-generative-ai-spending/>

Noy, S., & Zhang, W. (2023). *Experimental Evidence on the Productivity Effects of Generative Artificial Intelligence*.

Romer, P. M. (1990). Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, 98(5, Part 2), S71–S102. <https://doi.org/10.1086/261725>

Solow, R. M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Source: The Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65–94.

8. Bölüm

Mobil Hizmet Kalitesi ve Yiyecek Kalitesinin Memnuniyet ve Davranışsal Sonuçlar Üzerindeki Etkisi

Özge AKTAŞ¹, İlhami TUNCER²

GİRİŞ

Son yıllarda dijital teknolojilerde yaşanan hızlı gelişmeler, tüketicilerin hizmetlere erişim biçimlerini ve satın alma kararlarını önemli ölçüde değiştirmiştir. Akıllı telefonların ve mobil internetin yaygınlaşması, mobil ticaretin gelişimini hızlandırarak tüketicilerin işletmelerle her zaman ve her yerde etkileşim kurabilmesine imkan sağlamıştır. Bu dijital ortam içerisinde mobil yemek siparişi uygulamaları, tüketicilerin mobil cihazları aracılığıyla restoranları aramasına, menüleri incelemesine, sipariş vermesine ve ödemelerini gerçekleştirmesine olanak sağlayan önemli bir platform olarak ortaya çıkmıştır (Kapoor & Vij, 2018; Ray vd., 2019). Bu uygulamalar tüketicilere kolaylık ve hız sağlarken, restoranlara da daha geniş müşteri segmentlerine ulaşmaları için yeni fırsatlar sunmaktadır. Mobil yemek siparişi uygulamalarının kullanımının artması, dijital platformlar ve restoran işletmeleri arasındaki rekabeti de yoğunlaştırmıştır. Daha fazla tüketicinin yemek sipariş etmek için mobil uygulamalara güvenmesiyle birlikte, müşteri memnuniyetini ve davranışsal sonuçları şekillendiren faktörlerin anlaşılması giderek daha önemli hâle gelmiştir. Mobil hizmet ortamlarında tüketiciler yalnızca kendilerine sunulan nihai ürünü değerlendirmekle kalmayıp dijital etkileşimle başlayan ve tüketim aşamasına kadar devam eden tüm hizmet sürecini değerlendirmektedir (Parasuraman vd., 2005; Wang vd., 2018). Bu nedenle, mobil yemek siparişi bağlamındaki müşteri değerlendirmeleri hem uygulama tarafından sunulan dijital deneyimden hem de teslim edilen yiyeceğin kalitesinden etkilenebilmektedir.

Mobil ticaret ve bilgi sistemleri alanındaki önceki araştırmalar, hizmet kalitesinin kullanıcı algılarının ve memnuniyetinin şekillendirilmesindeki önemini vurgulamıştır. Mobil hizmet kalitesi genellikle arayüz kalitesi, etkileşim kalitesi ve bilgi kalitesi olmak üzere çeşitli boyutlar aracılığıyla kavramsallaştırılmaktadır (Kuo vd., 2009b; G. Lee & Lin, 2005). Arayüz kalitesi,

¹ Afyon Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı
ORCID: 0000-0002-6883-4461

² Doç. Dr. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik
ORCID: 0000-0002-6883-4461

uygulamanın görsel tasarımını ve kullanılabilirliğini ifade etmekte ve kullanıcıların menüler arasında ne kadar kolay gezinebileceklerini ve işlemleri tamamlayabileceklerini etkilemektedir. Etkileşim kalitesi, gerçek zamanlı bildirimler, müşteri desteği ve kişiselleştirilmiş öneriler gibi platformun yanıt verme ve iletişim özelliklerini yansıtmaktadır. Bilgi kalitesi ise uygulamada sunulan bilgilerin doğruluğu, uygunluğu ve eksiksizliği ile ilgilidir ve sipariş süreci sırasında kullanıcıların bilinçli kararlar vermelerine yardımcı olmaktadır (DeLone & McLean, 2003). Dijital hizmet kalitesine ek olarak, yiyecek kalitesi de restoran sektöründe müşteri memnuniyetinin en önemli belirleyicilerinden biri olmaya devam etmektedir. Önceki çalışmalar; tat, tazelik, sunum ve duyuşsal çekicilik gibi özelliklerin müşterilerin yemek deneyimlerine ilişkin değerlendirmelerini güçlü biçimde etkilediğini ortaya koymuştur (Ha & Jang, 2010; Sulek & Hensley, 2004). Tat, aroma ve görsel görünümle ilişkili duyuşsal deneyimler, tüketicilerin yiyecek tüketimine yönelik duyuşsal tepkilerini ve genel değerlendirmelerini şekillendirebilmektedir (Krishna, 2012). Bunun yanı sıra, yiyeceğin besleyici ve tokluk değeri de tüketim sonrasında tüketicilere tokluk hissi ve algılanan değer sağlayarak memnuniyeti etkileyebilmektedir (Benelam, 2009).

Hem hizmet kalitesinin hem de yiyecek kalitesinin önemi geniş ölçüde kabul edilmiş olmasına rağmen, mevcut çalışmalar çoğunlukla bu faktörleri birbirinden ayrı olarak incelemiştir. Mobil ticarete odaklanan araştırmalar genellikle dijital platformlardaki teknolojik özelliklere ve kullanıcı deneyimine yoğunlaşırken, konaklama ve ağırlama yönetimi alanındaki çalışmalar daha çok yiyecek özelliklerine ve restoran içerisindeki deneyimlere odaklanmaktadır. Bununla birlikte, mobil yemek siparişi hizmetleri bağlamında tüketici deneyimi hem dijital etkileşimi hem de fiziksel tüketimi içermektedir. Tüketiciler öncelikle bir mobil platform aracılığıyla restoranla etkileşime girmekte ve daha sonra kendilerine ulaştırılan yiyeceğin kalitesini değerlendirmektedir. Bu durum, tüketici davranışının kapsamlı bir biçimde anlaşılabilmesi için hizmet deneyiminin hem dijital hem de fiziksel boyutlarının dikkate alınması gerektiğini göstermektedir. Bu sorunu ele almak amacıyla mevcut çalışma, teorik temel olarak Uyarıcı–Organizma–Tepki (Stimulus–Organism–Response; S-O-R) modelini benimsemektedir. S-O-R çerçevesi, çevresel uyarıcıların bireylerin içsel durumlarını nasıl etkilediğini ve bu içsel durumların daha sonra davranışsal tepkilere nasıl yol açtığını açıklamaktadır (Mehrabian & Russell, 1974). Dijital hizmet ortamlarında teknolojik ve hizmetle ilişkili uyarıcılar, tüketicilerin bilişsel ve duyuşsal değerlendirmelerini şekillendirebilmekte; bu değerlendirmeler ise memnuniyet, ağızdan ağıza iletişim ve satın alma davranışı gibi davranışsal sonuçları etkileyebilmektedir (Eroglu vd., 2003; Vieira, 2013). Mobil yemek

siparişı uygulamaları bağlamında mobil hizmet kalitesi ve yiyecek kalitesi dışsal uyarıcılar olarak değerlendirilebilirken, müşteri memnuniyeti davranışsal tepkilere aracılık eden organizma bileşenini temsil etmektedir. Mobil yemek siparişı platformlarının hızla büyümesine rağmen, hem dijital hizmet kalitesini hem de yiyecek kalitesini tek bir teorik çerçeve içerisinde inceleyen araştırmalar sınırlı kalmıştır. Ayrıca, önceki çalışmalar mobil uygulamaya yönelik memnuniyet ile restoranın kendisine yönelik memnuniyet arasında nadiren ayrım yapmıştır. Bununla birlikte, bu iki memnuniyet türü, özellikle dijital aracılı hizmet ortamlarında tüketici davranışını farklı şekillerde etkileyebilir. Bu nedenle, çalışmanın temel amacı mobil yemek siparişı uygulamaları bağlamında mobil hizmet kalitesi, yiyecek kalitesi, müşteri memnuniyeti ve davranışsal sonuçlar arasındaki ilişkileri incelemektir. Mobil hizmet kalitesi; arayüz kalitesi, etkileşim kalitesi ve bilgi kalitesi olmak üzere üç boyut üzerinden kavramsallaştırılırken, yiyecek kalitesi duyuşal deneyim ve tokluk değeri üzerinden incelenmektedir. Ayrıca bu çalışma, mobil uygulama memnuniyeti ile restoran memnuniyeti arasında ayrım yapmakta ve bunların ağızdan ağıza iletişim ile dönüşüm davranışı üzerindeki etkilerini araştırmaktadır.

Dijital hizmet kalitesi ile yiyecek kalitesini tek bir analitik çerçeve içerisinde bütünleştiren bu çalışma, literatüre çeşitli açılardan katkı sağlamaktadır. İlk olarak, hizmet sunumunun hem dijital hem de fiziksel boyutlarını dikkate alarak mobil yemek siparişı deneyimlerine ilişkin daha kapsamlı bir bakış açısı sunmaktadır. İkinci olarak, mobil uygulama memnuniyeti ile restoran memnuniyeti arasında ayrım yapmakta ve bunların davranışsal sonuçların şekillenmesindeki rollerini incelemektedir. Son olarak çalışma, S-O-R çerçevesinin mobil yemek siparişı hizmetleri bağlamındaki uygulamasını genişletmekte ve müşteri memnuniyetini geliştirmek ve olumlu tüketici davranışlarını teşvik etmek isteyen platform geliştiricileri ile restoran yöneticileri için pratik bilgiler sunmaktadır.

2. TEORİK ARKA PLAN VE HİPOTEZ GELİŞTİRME

2.1. S-O-R Çerçevesi

S-O-R (Uyarıcı–Organizma–Tepki) modeli, klasik çevre psikolojisinden modern pazarlama araştırmalarına doğru gelişim gösteren en dinamik teorik çerçevelerden biridir. Model, çevresel uyarıcıların bireyin içsel sistemini etkilediği ve bunun sonucunda gözlemlenebilir sonuçların ortaya çıktığı bir süreçler dizisini açıklamaktadır (Cao vd., 2024; Mehrabian & Russell, 1974). Bu çerçeve içerisinde bireyler, dış çevreden gelen uyarıcılardan etkilenmekte; bu uyarıcılar da bireylerin bilişsel ve duyuşsal içsel durumlarını etkilemektedir. Bu içsel durumlar daha sonra davranışsal tepkiler şeklinde ortaya çıkmaktadır. S-O-

R modeli, pazarlama alanındaki çok sayıda araştırmaya teorik temel sağlamıştır. Bu çalışmada model, hizmet kalitesi, yiyecek kalitesi, memnuniyet ve davranışsal niyet arasındaki ilişkilerin yapılandırılması amacıyla kullanılmıştır. Modelin ilk bileşeni olan uyarıcı (stimulus), bireylerde içsel tepkileri tetikleyebilen çevresel faktörleri ifade etmektedir. Mobil uygulamalar bağlamında, önceki çalışmalar hizmet kalitesi özelliklerini dışsal uyarıcılar olarak ele almıştır (Blanco-Encomienda & Rosillo-Díaz, 2025). Benzer şekilde Yin (2025), araştırmasında hizmet kalitesi ve yiyecek kalitesini dışsal uyarıcılar olarak kavramsallaştırmıştır. S-O-R modelinin ikinci bileşeni olan organizma (organism), uyarıcılar tarafından tetiklenen bireyin bilişsel ve duyuşsal durumlarını temsil etmektedir. Bu çalışmada restoran memnuniyeti ve mobil uygulama memnuniyeti organizma değişkenleri olarak ele alınmaktadır. Önceki araştırmalarda da bu değişkenler organizmanın içsel durumunu temsil etmek amacıyla benzer şekilde kullanılmıştır (Chen vd., 2019; Vera-Falcón vd., 2025). Son bileşen olan tepki (response) ise bireyin içsel sisteminin davranışsal yansımaları ifade etmektedir. Bu çalışmada ağızdan ağıza pazarlama (Cho vd., 2025) ve dönüşüm Liu vd., 2023), tepki değişkenlerini temsil etmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu kavramsallaştırma, dışsal uyarıcıları içsel değerlendirmelere ve nihayetinde gözlemlenebilir davranışsal sonuçlara bağlayarak S-O-R çerçevesiyle uyum göstermektedir.

2.2. Mobil Hizmet Kalitesi

Mobil hizmet kalitesi, kullanıcıların mobil platformların performansı, güvenilirliği ve yanıt verebilirliğine ilişkin genel değerlendirmelerini yansıtan çok boyutlu bir yapıdır. Mobil uygulamaların yalnızca teknik işlevlerini değil, aynı zamanda kullanıcı memnuniyetini etkileyen deneyimsel ve etkileşimsel unsurları da kapsamaktadır. Mobil hizmetlerin günlük yaşamda, özellikle yemek teslimatı, perakende ve bankacılık gibi sektörlerde, yaygınlaşmasıyla birlikte, bu hizmetlerin kalitesi tüketici güvenini, sadakatini ve hizmetleri kullanmaya devam etme niyetini doğrudan etkilemektedir (Kuo vd., 2009a). Mobil hizmet kalitesi, mobil ortamlara uyarlanmış kesintisiz erişim, kişiselleştirilmiş etkileşim ve bağlama duyarlı bilgi sunumuna vurgu yapması bakımından geleneksel hizmet kalitesinden farklılaşmaktadır. Bu bağlamda, mobil yemek siparişi uygulamaları, mobil hizmet kalitesinin kullanıcı deneyimlerini ve memnuniyetini şekillendirmede önemli bir rol oynadığı kritik bir alan olarak ortaya çıkmıştır (Humbani vd., 2024). Mobil yemek siparişi uygulamaları, kullanıcıların mobil cihazlar aracılığıyla yemek siparişlerini kolaylıkla vermelerine olanak sağlayarak modern tüketici yaşam tarzının önemli bir parçası hâline gelmiştir. Mobil ticaretin bir alt kategorisi olarak yemek sipariş uygulamaları, kesintisiz yemek

siparişi ve teslimatını kolaylaştırmak amacıyla mobil platformların olanaklarından yararlanmaktadır (Tan & Chou, 2008). Bu tür uygulamalara olan bağımlılığın artmasıyla birlikte, mobil hizmet kalitesinin kritik unsurlarının anlaşılması önem kazanmaktadır. Bu çalışma, yemek sipariş uygulamaları bağlamıyla ilişkili olarak üç temel boyuta—arayüz kalitesi, etkileşim kalitesi ve bilgi kalitesi—odaklanmaktadır.

Arayüz kalitesi, uygulama arayüzünün görsel tasarımını, düzenini ve kullanılabilirliğini ifade etmektedir (Patel vd., 2020). Yüksek kaliteli bir arayüz, kullanıcıların menüler arasında gezinmelerine, siparişlerini kişiselleştirmelerine ve ödemelerini minimum düzeyde zorlukla tamamlamalarına olanak sağlamaktadır (Ayada & Hammad, 2023). Yemek siparişinin zamana duyarlı ve kolaylık odaklı yapısı göz önünde bulundurulduğunda, sezgisel navigasyon, hızlı yükleme hızları (Nichifor vd., 2021) ve mobil cihazlar için optimize edilmiş tasarımlar (Kapoor & Vij, 2018) kritik öneme sahiptir. Örneğin, yiyeceklerin açık bir şekilde kategorilere ayrılması, duyarlı tasarım ve basitleştirilmiş ödeme süreçleri kullanıcı deneyimini önemli ölçüde geliştirebilir. Kullanıcılar görsel karmaşa veya anlaşılması güç düzenlerle karşılaştıklarında, siparişi terk etme olasılıkları artmaktadır. Bu durum, hız ve kullanım kolaylığına dayanan yemek teslimat platformları açısından kritik bir sorundur.

Etkileşim kalitesi, sipariş ve teslimat süreci sırasında uygulamanın yanıt verebilirliğini, hizmetin kişiselleştirilmesini ve gerçek zamanlı desteği kapsamaktadır (Parasuraman vd., 2005). Buna bağlı olarak, mobil uygulamalardaki canlı sipariş takibi, anlık bildirimler ve chatbot aracılığıyla sunulan müşteri hizmetleri gibi özelliklerin etkileşim kalitesine katkıda bulunması beklenebilir. Benzer şekilde, müşterilerin yemek yeme alışkanlıklarına ve geçmiş siparişlerine dayalı kişiselleştirilmiş öneriler müşteri deneyimini geliştirebilir (Generosi vd., 2025). Bu hızlı tempolu ortamda kullanıcılar, geç teslimat veya mevcut olmayan bir ürün gibi bir sorun ortaya çıktığında anında geri bildirim beklemektedir. Hızlı çözüm sunan platformlar ise daha yüksek düzeyde güven ve sadakat oluşturma eğilimindedir (Ioannou & Melanthiou, 2015).

Bilgi kalitesi, menü ayrıntıları, fiyatlar, besin içeriği, tahmini teslimat süresi ve restoran puanları gibi bilgilerin doğruluğunu, açıklığını ve uygunluğunu ifade etmektedir (Lee vd., 2002). Tüketiciler, hızlı ve bilinçli kararlar verebilmek için büyük ölçüde bu bilgilere güvenmektedir. Kullanıcı güncel olmayan veya yanlış bir bilgi aldığında (örneğin mevcut olmayan bir menü ürünü veya hatalı bir teslimat süresi) bu durum memnuniyetsizliğe ve olumsuz değerlendirmelere yol açabilir. Yüksek kaliteli bilgi, kullanıcıların seçenekleri karşılaştırmasına, beslenme ihtiyaçlarına göre filtreleme yapmasına ve hizmet sunumuna ilişkin

gerçekçi beklentiler oluşturmasına olanak sağlamaktadır (Wu, 2022). Ayrıca, restoranların gerçek zamanlı müsaitlik durumundaki değişiklikler veya promosyon teklifleri gibi dinamik güncellemeler, yemek sipariş uygulamalarında satın alma kararlarını önemli ölçüde etkileyebilir (Shorbaji vd., 2025).

2.3. Yiyecek Kalitesi

Yiyecek kalitesi, restoran sektöründe müşteri memnuniyeti ve sadakatinde önemli bir rol oynamakta ve tat, duyuşal özellikler, besin değeri, güvenlik ve tokluk değeri gibi çeşitli unsurları kapsamaktadır. Bu faktörler bir araya gelerek genel yemek deneyimini şekillendirmekte ve müşterilerin restoranları yeniden ziyaret etme kararlarını önemli ölçüde etkilemektedir (Ha & Jang, 2010; Sulek & Hensley, 2004). Tat, tazelik ve sunum gibi geleneksel özellikler yiyecek kalitesinin temelinde yer almaya devam ederken, sağlık bilinci ve sürdürülebilirlik gibi tüketicilerin giderek önem kazanan öncelikleri de yiyeceklere ilişkin tercih ve beklentilerin şekillenmesinde giderek daha etkili olmaktadır (Campos vd., 2011). Geleneksel unsurlar arasında tat, yiyecek kalitesinin en kritik boyutlarından biri olmaya devam etmekte ve lezzet, aroma ve doku gibi alt unsurları içermektedir (Kivela vd., 1999). Bununla yakından ilişkili olan tazelik ise yemeklerin hem duyuşal çekiciliğini hem de algılanan kalitesini önemli ölçüde artırmaktadır (Dubé vd., 2005). Taze bir yemek yalnızca daha iyi bir tada sahip olmakla kalmamakta, aynı zamanda kalite, özen ve hijyen izlenimi de vermekte ve böylece olumlu bir yemek deneyiminin temel unsurlarından biri hâline gelmektedir.

Beslenme konusundaki farkındalığın artmasıyla birlikte besin değeri, özellikle sağlık konusunda bilinçli tüketiciler açısından önemli bir değerlendirme unsuru hâline gelmiştir. Bu değişim, düşük kalorili, yüksek proteinli veya bitki temelli seçenekler gibi beslenme hedefleriyle uyumlu yemeklere yönelik tercihlerin artmasına yol açmıştır (Gineikiene vd., 2017; Venter de Villiers vd., 2024). Besin içeriği artık yalnızca ikincil bir unsur değildir; insanların nerede ve ne yiyeceklerine ilişkin kararlarında belirleyici bir faktör hâline gelmiştir. Beslenmeyle yakından ilişkili bir diğer kavram olan tokluk değeri, bir yemeğin uzun süreli tokluk sağlama kapasitesini ifade etmektedir. Bu durum protein, yiyeceğin porsiyon büyüklüğü, lif ve sağlıklı yağlar gibi faktörlerden etkilenmektedir (Vermote vd., 2018). Tokluk sağlayan yemekler özellikle sağlığına odaklanan tüketiciler tarafından değerli bulunmakta ve yemek sonrası daha yüksek düzeyde memnuniyete katkıda bulunmaktadır (Benelam, 2009). Sonuç olarak, besinsel faydaları tokluk sağlayıcı özelliklerle birleştiren seçenekler sunan restoranlar, rekabetçi yiyecek hizmetleri pazarında giderek daha fazla ilgi görmektedir. Yiyecek kalitesinin bir diğer temel unsuru yiyecek

sunumudur. Görsel açıdan çekici yemekler, tüketicilerin görsel estetik ile daha iyi tat ve kaliteyi ilişkilendirme eğiliminde olmaları nedeniyle bir yemeğin algılanan değerini artırmaktadır (Janjić vd., 2023; Michel vd., 2014). Sunumun yanı sıra yiyecek güvenliği de temel bir gereklilik olmaya devam etmektedir. Günümüzde hijyene duyarlılığın yüksek olduğu bir ortamda restoranlar, müşteri beklentilerini karşılamak ve güven oluşturmak için titiz temizlik standartlarını sürdürmek zorundadır (Taştan & Soylu, 2023).

Yiyeceğin tat, koku, görme ve hatta işitme duyularını nasıl uyardığını ifade eden genel duyuşsal deneyim de müşteri algılarının şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır. İyi dengelenmiş bir duyuşsal profil yalnızca memnuniyeti artırmakla kalmamakta, aynı zamanda müşteriye elde tutmayı ve sadakati de geliştirmektedir (Ryu & Jang, 2020). Duyusal boyutlar arasında uyum sağlayan yemekler, daha bütünsel ve akılda kalıcı bir yemek deneyimi oluşturmaktadır (Tran vd., 2024). Literatürün incelenmesi, yiyecek kalitesine ilişkin birçok faktörün araştırıldığını göstermektedir. Bu çalışmada ise daha pragmatik bir yaklaşım benimsenerek duyuşsal deneyim ve tokluk değerine odaklanılmıştır (Lim vd., 2022).

2.4. Memnuniyet

Müşteri memnuniyeti genel olarak, satın alma veya tüketim sürecinin belirli bir aşamasında gerçekleşen değerlendirmelere dayalı yargılar sonucunda oluşan bir tepki olarak anlaşılmaktadır (Lee et al., 2015). Kotler (2002)'e göre memnuniyet, müşterilerin satın alma öncesindeki beklentileri ile satın alma sonrasında algıladıkları gerçek performansı karşılaştırmaları sonucunda ortaya çıkan psikolojik bir durumu yansıtmaktadır. Benzer şekilde Zeithaml vd. (2006), müşteri memnuniyetini bir hizmetin müşteri ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılama veya aşma kapasitesine ilişkin değerlendirme olarak tanımlamaktadır. Bu bakış açısıyla memnuniyet, tüketicilerin en son satın alma işleminin ardından yaşadıkları bütüncül hizmet deneyimine yönelik genel duyuşsal ve duyuşsal tepkileri olarak değerlendirilebilir. Pazarlama literatüründe ve uygulamalarında memnuniyet merkezi bir role sahiptir; çünkü ilk tüketim deneyimini tutum değişikliği, tekrar satın alma ve marka sadakati gibi satın alma sonrası sonuçlara dönüştüren pazarlama faaliyetlerinin temel sonuçlarından birini temsil etmektedir (Churchill Jr & Surprenant, 1982). Restoran bağlamında, hem restoran deneyiminin hem de mobil uygulama deneyiminin bütünlük biçimde değerlendirilmesi, müşteri memnuniyetinin daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını sağlamaktadır. Restoran içerisindeki hizmet kalitesinin ve mobil uygulama deneyiminin eş zamanlı olarak optimize edilmesi, tüketici tutumlarını

olumlu yönde etkilemekte ve yeniden ziyaret etme niyeti, sadakat ve sürdürülebilir marka bağlılığı gibi sonuçları geliştirmektedir (Seo & Lee, 2025).

Literatürün incelenmesi, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetinin en önemli belirleyicisi olduğunu göstermektedir. Alhendawi & Baharudin (2014), çalışmalarında arayüz kalitesi ve etkileşim kalitesinin kullanıcıların uygulamaya yönelik memnuniyetini etkilediğini ortaya koymuştur. Benzer şekilde, bir bilgi sisteminin çıktısını ifade eden bilgi kalitesi, kullanıcılar tarafından memnuniyetin temel bir bileşeni olarak değerlendirilmektedir (Laumer vd., 2017). Diğer taraftan, duyuşal deneyimler oluşturan yiyecek özellikleri müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir. Tat, sunum ve tazelik gibi yiyecek özellikleri S-O-R modeli içerisinde uyarıcılar olarak değerlendirildiğinde, duyuşal deneyimin memnuniyet değişkeninin öncülü olduğu ifade edilebilir (Orden-Mejia & Moreno-Manzo, 2024). Bununla birlikte, tokluk değerinin de restoran memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabileceği öne sürülmüştür (Kelvia, 2023). Bu bilgiler doğrultusunda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H1. Arayüz kalitesi, mobil uygulama memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkilidir.

H2. Etkileşim kalitesi, mobil uygulama memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkilidir.

H3. Bilgi kalitesi, mobil uygulama memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkilidir.

H4. Duyusal deneyim, restoran memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkilidir.

H5. Tokluk değeri, restoran memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkilidir.

H6. Mobil uygulama memnuniyeti, restoran memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkilidir.

2.5. Dönüşüm ve Ağızdan Ağıza Pazarlama

Dönüşüm kavramı, mobil ticaret alanında çalışan araştırmacılar tarafından çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Örneğin, Gudigantala vd. (2016), dönüşümü mobil ticarete yönelik kabul olarak tanımlamakta ve bir bireyin belirli bir mobil uygulamayı kullanmasının başlı başına bir dönüşüm olarak değerlendirilebileceğini ileri sürmektedir. Buna karşılık, McDowell et al. (2016), dönüşümü gerçek bir satın alma olarak kavramsallaştırmaktadır; yani bir bireyin mobil uygulama aracılığıyla satın alma işlemini tamamlaması gerçek bir dönüşümü temsil etmektedir. Bu çalışmada McDowell'ın tanımı benimsenmiş ve dönüşüm, müşterinin mobil uygulama aracılığıyla sipariş vermesi ve ödemeyi tamamlaması süreci olarak ele alınmıştır. Buna göre, bir müşteri mobil uygulama aracılığıyla bir restoranla etkileşime girer, sipariş verir ve ödeme gerçekleştirirse bu durum dönüşüm olarak kabul edilmektedir. Ancak müşteri yalnızca uygulama içerisindeki menüyü inceler ve daha sonra telefonla sipariş vererek ödemeyi

uygulama üzerinden gerçekleştirmezse bu durum dönüşüm olarak sınıflandırılmamaktadır (Kapoor & Vij, 2018).

Olumlu deneyimler, müşterilerin hizmeti başkalarına tavsiye etme istekliliğini artırmaktadır (Kalinić vd., 2020). Bu tür tavsiyeler, markalar, ürünler ve hizmetler hakkındaki değerlendirme ve geri bildirimlerin gayriresmî biçimde paylaşılmasını kapsayan ağızdan ağıza pazarlama ile güçlü bir şekilde ilişkilidir (Liu & Lapuz, 2025). Liao vd. (2025), ağızdan ağıza pazarlama bireyler arasındaki bilgi akışı ve sözlü iletişim olarak kavramsallaştırmaktadır. Ağızdan ağıza pazarlama, çoğunlukla arkadaşlar, iş arkadaşları ve diğer tüketiciler gibi güvenilir kaynaklardan gelmesi nedeniyle tüketici davranışının şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Gerçek ürün tüketiminden kaynaklanan müşteri memnuniyeti olumlu ağızdan ağıza pazarlama niyetlerini destekleme eğilimindeyken, memnuniyetsizlik negatif ağızdan ağıza pazarlama oluşturabilmekte ve böylece satın alma kararlarını etkileyebilmektedir (Jung & Seock, 2017).

Dijital platformların giderek daha fazla önem kazanmasıyla birlikte ağızdan ağıza pazarlama, sosyal medya ortamlarına da taşınmış ve bireylerin sosyal ilişkileri güçlendiren kişisel ağları içerisinde görüşlerini ifade etmelerine, aramalarına ve yaymalarına olanak sağlamıştır (Souki et al., 2025). Dijital iletişime doğru yaşanan bu dönüşümün bir sonucu olarak elektronik ağızdan ağıza pazarlama, gerçek kullanıcı deneyimlerinin ve görüşlerinin çeşitli çevrimiçi kanallar aracılığıyla yayılmasını sağlayan güçlü bir mekanizma olarak ortaya çıkmıştır (Ismagilova vd., 2021). Bu bilgiler doğrultusunda aşağıdaki hipotezler öne sürülmüştür.

H7. Mobil uygulama memnuniyeti, dönüşüm ile pozitif yönde ilişkilidir.

H8. Mobil uygulama memnuniyeti, ağızdan ağıza pazarlama ile pozitif yönde ilişkilidir.

H9. Restoran memnuniyeti, ağızdan ağıza pazarlama ile pozitif yönde ilişkilidir.

H10. Restoran memnuniyeti, dönüşüm ile pozitif yönde ilişkilidir.

3. YÖNTEM

3.1. Veri Toplama

Bu çalışmada veriler, son üç ay içerisinde bir mobil uygulama aracılığıyla en az bir kez sipariş vermiş olan katılımcılardan elde edilmiştir. Ana verilerin toplanmasından önce 80 katılımcı ile yüz yüze bir pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara, anketi yanıtlarken anlaşılmayan veya emin olmadıkları herhangi bir anket maddesi ya da ölçek olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcılardan alınan çeşitli öneriler doğrultusunda iki soru yeniden

düzenlenmiştir. Pilot çalışma analizlerinde tutarlı sonuçlar elde edilmesinin ardından anket ana örnekleme uygulanmıştır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak Nisan–Haziran 2022 tarihleri arasında çevrim içi anket aracılığıyla 350 katılımcıdan veri toplanmıştır. Verilerin incelenmesinin ardından eksik ve hatalı yanıtlar çıkarılmış ve nihai analiz 321 katılımcının verileri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların %61’i kadın olup, büyük çoğunluğu 18–44 yaş aralığındadır (%84).

3.2. Ölçümler

Şekil 1’de gösterilen araştırma modelindeki değişkenlere karşılık gelen ölçüm ölçekleri, ilgili literatürün kapsamlı bir şekilde incelenmesi temelinde geliştirilmiştir. Bu çalışma kapsamında mobil hizmet kalitesi; arayüz kalitesi, etkileşim kalitesi ve bilgi kalitesi olmak üzere üç boyuttan oluşan çok boyutlu bir yapı olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu boyutlar Su vd. (2022)’den uyarlanmıştır. Yiyecek kalitesi, duysal deneyim ve tokluk değerinden oluşan iki boyutlu bir yapı olarak operasyonelleştirilmiştir (Lim vd., 2022). Mobil uygulama memnuniyeti, restoran memnuniyeti, ağızdan ağıza pazarlama ve dönüşüm niyetini ölçen ölçekler, ilgili çalışmalarda raporlanan ve daha önce geçerliliği doğrulanmış ölçüm araçlarından uyarlanmıştır (Dirsehan & Cankat, 2021; Konuk, 2019). Anket aracı, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 5 ek soruyla birlikte toplam 39 ölçüm maddesinden oluşmaktadır.

4. VERİ ANALİZİ VE BULGULAR

Veri analizinde Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi (PLS-SEM) kullanılmıştır. PLS-SEM yaklaşımı iki temel aşamadan oluşmaktadır: ölçüm modelinin değerlendirilmesi ve yapısal modelin değerlendirilmesi. İlk aşamada ölçüm ölçeklerinin güvenilirliği ve geçerliliği incelenirken, ikinci aşamada araştırma modelinde önerilen hipotezler test edilmiştir. PLS-SEM, nispeten küçük örneklem büyüklükleriyle güvenilir sonuçlar üretebilmesi ve karmaşık araştırma modellerini etkili bir şekilde tahmin edebilmesi gibi çeşitli avantajlar sunmaktadır.

4.1. Ölçüm Modeli

Bu aşamada, gözlenen değişkenlerin kendilerine karşılık gelen örtük yapıları ne ölçüde doğru bir şekilde ölçtüğü incelenmiştir. Bu doğrultuda, oluşturulan eşik değerlerin karşılanıp karşılanmadığını belirlemek amacıyla güvenilirlik, yakınsak geçerlilik ve ayırt edici geçerlilik değerlendirilmiştir. Yapı güvenilirliği, Cronbach’s Alpha ve Bileşik Güvenilirlik (CR) ölçütleri kullanılarak maddeler arasındaki iç tutarlılığın incelenmesi yoluyla değerlendirilmiştir. Her iki ölçüm

için de 0.70 veya üzerindeki değerler genel olarak kabul edilebilir olarak değerlendirilmektedir (Fornell & Larcker, 1981). Tablo 1’de sunulduğu üzere, her bir örtük yapı için Cronbach’s Alpha ve CR değerleri önerilen eşik değerlerin üzerindedir. Bu durum, ölçüm modelinin yeterli güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Daha sonra, örtük yapıların gözlenen göstergeleri tarafından yeterli düzeyde ölçülüp ölçülmediğini belirlemek amacıyla faktör yükleri ve Ortalama Açıklanan Varyans (AVE) değerleri incelenerek yakınsak geçerlilik değerlendirilmiştir. Tablo 1’de gösterildiği üzere, tüm faktör yükleri önerilen minimum 0.40 değerinin üzerinde ve AVE değerleri 0.50’nin üzerindedir. Bu sonuçlar, yakınsak geçerliliğin sağlandığını doğrulamaktadır (Hair vd., 2014).

Tablo 1. Ölçüm modeli analiz sonuçları

<i>Değişken</i>	<i>Madde</i>	λ	<i>AVE</i>	<i>CR</i>	α
<i>Arayüz Kalitesi</i>	AK1	0,84	0.62	0.86	0.79
	AK2	0,86			
	AK3	0,70			
	AK4	0,74			
<i>İçerik Kalitesi</i>	EK1	0,65	0,49	0.85	0.80
	EK2	0,74			
	EK3	0,70			
	EK4	0,73			
	EK5	0,68			
	EK6	0,69			
<i>Bilgi Kalitesi</i>	BK1	0,75	0.55	0.86	0.80
	BK2	0,78			
	BK3	0,74			
	BK4	0,65			
	BK5	0,77			
<i>Duyusal Deneyim</i>	DD1	0,58	0.55	0.90	0.86
	DD2	0,78			
	DD3	0,80			
	DD4	0,79			
	DD5	0,54			
	DD6	0,81			
	DD7	0,82			
<i>Tokluk Değeri</i>	TD1	0,69	0.62	0.83	0.70
	TD2	0,46			

	TD3	0,70			
<i>Mobil Uygulama Memnuniyeti</i>	MUM1	0,86	0,75	0,92	0,89
	MUM2	0,87			
	MUM3	0,89			
	MUM	0,84			
<i>Restoran Memnuniyeti</i>	RM1	0,77	0,78	0,93	0,90
	RM2	0,79			
	RM3	0,83			
	RM4	0,71			
<i>Ağızdan Ağıza Pazalama</i>	AP1	0,68	0,72	0,88	0,80
	AP2	0,92			
	AP3	0,92			
<i>Dönüşüm</i>	DON1	0,76	0,65	0,85	0,73
	DON2	0,90			
	DON3	0,74			

Son olarak, ayırt edici geçerlilik Fornell–Larcker kriteri kullanılarak değerlendirilmiştir. Fornell–Larcker kriterine göre, her bir yapının AVE değerinin karekökü, diğer yapılarla olan korelasyonlarından daha yüksek olmalıdır (Fornell & Larcker, 1981). Tablo 2’deki sonuçlar, bu kriterlerin karşılandığını ve ayırt edici geçerliliğin yeterli düzeyde sağlandığını doğrulamaktadır.

Tablo 2. Ayırt edici geçerlilik değerlendirmesi: Fornell-Larcker Kriteri

Değişken	AK	İK	BK	DD	TD	MUM	RM	AP	DON
AK	0,79								
İK	0,72	0,70							
BK	0,64	0,71	0,74						
DD	0,54	0,68	0,64	0,74					
TD	0,46	0,56	0,59	0,76	0,78				
MUM	0,56	0,65	0,65	0,74	0,68	0,87			
RM	0,56	0,63	0,65	0,72	0,67	0,84	0,88		
AP	0,45	0,50	0,50	0,54	0,52	0,66	0,68	0,85	
DON	0,46	0,54	0,45	0,54	0,50	0,68	0,61	0,53	0,80

4.2. Yapısal Model

Ölçüm modelinin güvenilirliği ve geçerliliğinin doğrulanmasının ardından, yapısal model SmartPLS yazılımı kullanılarak Yapısal Eşitlik Modellemesi aracılığıyla analiz edilmiştir. Madde ve yapı güvenilirliğinin yanı sıra yakınsak ve ayırt edici geçerlilik sağlandıktan sonra, önerilen hipotezleri test etmek amacıyla yol analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma modeli; mobil hizmet kalitesi boyutları (arayüz kalitesi, etkileşim kalitesi ve bilgi kalitesi), yiyecek kalitesi boyutları (duyusal deneyim ve tokluk), mobil uygulama memnuniyeti, restoran memnuniyeti, ağızdan ağıza iletişim ve dönüşüm değişkenlerini içermektedir. Toplam on hipotez test edilmiş; bunlardan yedisi desteklenirken üçü desteklenmemiştir. Sonuçlar R^2 , standartlaştırılmış yol katsayıları (β) ve p-değerleri temelinde değerlendirilmiştir. R^2 değerleri, içsel yapılarda açıklanan varyansın oranını gösterirken, p-değerleri hipotez edilen ilişkilerin istatistiksel anlamlılığını belirlemektedir.

Arayüz kalitesi, etkileşim kalitesi ve bilgi kalitesi birlikte mobil uygulama memnuniyetindeki varyansın %50,6'sını ($R^2 = 0.506$) açıklamaktadır. Duyusal deneyim ve tokluk değeri, restoran memnuniyetindeki varyansın %74,0'ünü ($R^2 = 0.740$) açıklamaktadır. Ayrıca mobil uygulama memnuniyeti ve restoran memnuniyeti birlikte dönüşümün %47,5'ini ($R^2 = 0.475$) ve ağızdan ağıza iletişim ninin %49,9'unu ($R^2 = 0.499$) açıklamaktadır.

Tablo 3. Hipotez test sonuçları

Hipotez	β	T-value	P Values	Kabul ?
H1: Arayüz kalitesi-> Mobil uygulama memnuniyeti	0.08	1.11	0.260	Hayır
H2: Etkileşim kalitesi-> Mobil uygulama memnuniyeti	0.32	4.68	0.000	Evet
H3: Bilgi kalitesi-> Mobil uygulama memnuniyeti	0.36	1.62	0.021	Evet
H4: Duyusal deneyim-> Restoran memnuniyeti	0.16	2.30	0.000	Evet
H5: Tokluk değeri --> Restoran memnuniyeti	0.09	1.78	0.075	Hayır
H6: Mobil uygulama memnuniyeti --> Restoran mem.	0.65	11.01	0.004	Evet
H7: Mobil uygulama memnuniyeti --> Dönüşüm	0.57	6.50	0.000	Evet
H8: Mobil uygulama mem. --> Ağızdan ağıza pazarlama	0.29	2.92	0.004	Evet
H9: Restoran memnuniyeti-> Ağızdan ağıza pazarlama	0.44	4.34	0.000	Evet
H10: Restoran memnuniyeti-> Dönüşüm	0.13	1.40	0.160	Hayır

Tablo 3'te raporlandığı üzere, etkileşim kalitesi ($\beta = 0.32$, $p < 0.05$) ve bilgi kalitesi ($\beta = 0.36$, $p < 0.05$), mobil uygulama memnuniyeti üzerinde pozitif ve anlamlı etkilere sahiptir. Duyusal deneyim, restoran memnuniyetini pozitif yönde etkilemektedir ($\beta = 0.16$, $p < 0.05$). Ayrıca mobil uygulama memnuniyeti; ağızdan ağıza iletişim ($\beta = 0.29$, $p < 0.05$), dönüşüm ($\beta = 0.57$, $p < 0.05$) ve

restoran memnuniyeti ($\beta = 0.65$, $p < 0.05$) üzerinde anlamlı ve pozitif etkilere sahiptir. Son olarak, restoran memnuniyeti ağızdan ağıza iletişimi pozitif yönde etkilemektedir ($\beta = 0.44$, $p < 0.05$).

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada yiyecek kalitesi, hizmet kalitesi, restoran memnuniyeti, mobil uygulama memnuniyeti, ağızdan ağıza iletişim ve dönüşüm arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu ilişkilerin teorik temeli S-O-R (Uyarıcı–Organizma–Tepki) modeli tarafından sağlanmıştır. Bulgular, mevcut literatürde belirlenen boşlukların doldurulmasına katkıda bulunmaktadır.

İlk olarak, hem bilgi kalitesinin hem de etkileşim kalitesinin mobil uygulama memnuniyeti üzerinde pozitif ve anlamlı etkilere sahip olduğu görülmüştür. Bu sonuç, tüketicilerin sipariş uygulamalarını yalnızca işlemsel araçlar olarak değil, aynı zamanda belirsizliği azaltan ve karar verme sürecini yapılandıran bilgi kaynakları olarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Ayrıca bulgular, bir mobil uygulamanın yalnızca “çalışmasının” yeterli olmadığını; uygulamanın kullanıcıları nasıl hissettirdiğinin kritik olduğunu göstermektedir. Bu nedenle müşterilerin uygulamanın teknik özelliklerinden ziyade deneyimsel unsurlarına daha fazla değer verdiği ileri sürülebilir. Arayüz kalitesinin mobil uygulama memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etki göstermemesi, tüketicilerin tasarım odaklı bir bakış açısından ziyade süreç ve bilgi odaklı bir bakış açısını benimsediğine işaret ediyor olabilir. İkinci olarak, duysal deneyimin restoran memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bu durum, tat, lezzet ve tazelik gibi temel yiyecek özelliklerinin doğrudan tüketicilerin duyularına hitap ettiğini ve genel restoran memnuniyetine katkıda bulunduğunu göstermektedir. Ayrıca bu bulgular, restoranların yalnızca porsiyon boyutlarını artırmak yerine tat ve sunum kalitesini geliştirmeye yönelik stratejilere odaklanmaları gerektiği görüşünü bilimsel olarak desteklemektedir. Üçüncü olarak, mobil uygulama memnuniyetinin restoran memnuniyeti, dönüşüm ve ağızdan ağıza iletişim üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Özellikle mobil uygulama memnuniyetinin restoran memnuniyeti üzerindeki etkisinin oldukça güçlü olması dikkat çekicidir. Bu durum, dijital deneyimin artık hizmet sunumunun öncül veya bağımsız bir aşaması olmadığını, genel memnuniyet değerlendirmesinin ayrılmaz bir parçası hâline geldiğini göstermektedir. Bu bağlamda mobil uygulama memnuniyeti yalnızca bilişsel bir değerlendirme olarak değil, tüketicilerin restorana yönelik duysal ve davranışsal tutumlarını şekillendiren bütüncül bir deneyimsel bileşen olarak değerlendirilebilir. Buna ek olarak, bulgular memnuniyetin yalnızca tutumsal bir yapı olmadığını, gerçek davranışa dönüşebildiğini göstermektedir. Benzer şekilde, mobil uygulama

memnuniyetinin ağızdan ağıza iletişim üzerindeki pozitif etkisi, kullanıcıların deneyimlerini sosyal ağları içerisinde paylaşmaya daha yatkın olduklarını göstermektedir. Bununla birlikte, bu tür iletişimin yalnızca restoran deneyimine değil, aynı zamanda uygulamanın kullanım kolaylığına ve sağladığı faydalara da odaklanabileceği unutulmamalıdır. Son olarak, restoran memnuniyetinin ağızdan ağıza iletişimi pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Bu bulgu, mobil uygulama işletmelerinin yalnızca kendi memnuniyet düzeylerini sağlamaya odaklanmamaları, aynı zamanda restoranları da müşteri memnuniyeti sürecine dâhil etmeleri gerektiğini göstermektedir. Başka bir ifadeyle, müşterilere uçtan uca bir deneyim sunmanın gerekli olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Bu çalışmanın bulguları, mobil yemek siparişi uygulamaları bağlamında hizmet kalitesi ve ağızdan ağıza pazarlama literatürüne çeşitli önemli açılardan katkı sağlamaktadır. İlk olarak, mevcut literatürün kapsamlı bir incelemesine dayanarak bu çalışma, hem dijital sipariş sürecini hem de fiziksel restoran deneyimini tek bir analitik çerçeve içerisinde eş zamanlı olarak inceleyen az sayıdaki çalışmadan birini temsil etmektedir. Bu doğrultuda çalışma, önceki araştırmaların ağırlıklı olarak ya mobil uygulamalara ya da restoran içerisindeki deneyimlere ayrı ayrı odaklandığı mobil yemek siparişi alanında daha bütüncül bir anlayış geliştirmektedir. İkinci olarak, önceki çalışmalarda yiyecek kalitesi çoğunlukla tek boyutlu bir yapı olarak ele alınırken, bu araştırma yiyecek kalitesini özellikle duyuşsal deneyim ve tokluk değeri olmak üzere çoklu boyutlar aracılığıyla kavramsallaştırarak literatürü genişletmektedir. Bu çok boyutlu yaklaşım, yiyecek kalitesinin mobil yemek siparişi bağlamında tüketici değerlendirmelerini nasıl etkilediğine ilişkin daha ayrıntılı bir anlayış sunmaktadır. Üçüncü olarak, bu çalışma restoran memnuniyeti ile mobil uygulama memnuniyetini birbiriyle ilişkili ancak birbirinden farklı iki yapı olarak ele almakta ve bunların tüketici davranışı üzerindeki potansiyel olarak farklı etkilerini incelemektedir. Bu iki memnuniyet biçimi ile davranışsal sonuçlar arasındaki ilişkilerin test edilmesiyle çalışma, dijital ve fiziksel memnuniyet değerlendirmelerinin tüketici tepkilerini şekillendirmede nasıl etkileşimde bulunduğuyla ilişkin ampirik bir bakış sunmaktadır. Son olarak bu araştırma, S-O-R (Uyarıcı–Organizma–Tepki) çerçevesinin uygulamasını, bu çalışmada önerilen değişken setini kullanarak mobil yemek siparişi uygulamalarının özel bağlamında operasyonelleştirerek genişletmektedir. Böylece çalışma, dijital aracılı hizmet deneyimlerini inceleyen gelecekteki araştırmalara rehberlik edebilecek teorik açıdan temellendirilmiş bir çerçeve sunmaktadır.

Bu çalışmanın bulguları, restoran işletmecileri ve mobil uygulama geliştiricileri açısından çeşitli yönetsel ve stratejik çıkarımlar sunmaktadır. İlk olarak, bilgi kalitesi ve etkileşim kalitesinin mobil uygulama memnuniyeti

üzerindeki pozitif etkisi, uygulama geliştiricilerinin teknik işlevselliğe dar bir bakış açısıyla odaklanmanın ötesine geçerek bütüncül bir kullanıcı deneyimi sunmaları gerektiğini göstermektedir. Uygulayıcılar, müşteri temas noktalarını dikkatli bir şekilde analiz etmekten ve sipariş süreci boyunca profesyonel ve tutarlı bir iletişim sağlamaktan fayda sağlayacaktır. Sipariş takibi, ödeme süreçlerinin kolaylığı ve erişilebilir müşteri hizmetleri kanalları gibi özellikler mobil uygulama memnuniyetini önemli ölçüde artırabilir. Bunun yanı sıra bulgular, tüketicilerin mobil uygulamaları önemli bilgi kaynakları olarak algıladıklarını göstermektedir. Buna bağlı olarak sunulan bilgilerin şeffaflığına, yeterliliğine ve doğruluğuna vurgu yapılması uygulama memnuniyetine olumlu katkı sağlayabilir. Duyusal deneyimin restoran memnuniyeti üzerindeki pozitif etkisi, yiyecek kalitesi özelliklerinin restoran memnuniyetinin temel belirleyicileri olmaya devam ettiğini göstermektedir. Tüketicilerin duyularını olumlu yönde harekete geçirmek amacıyla yöneticiler; tazelik, sunum, hijyen standartları ve pişirme kalitesinin geliştirilmesini stratejik öncelikler olarak değerlendirebilir. Buna karşılık, tokluk değerinin anlamlı bir etkiye sahip olmaması, tüketicilerin nicelikten ziyade kaliteye daha fazla önem verdiklerini göstermektedir. Bu nedenle restoran işletmecileri açısından porsiyon boyutlarını artırmak yerine duysal deneyimleri geliştirmek, restoran memnuniyetini artırmada daha etkili bir strateji olabilir. Çalışmanın en dikkat çekici pratik bulgularından biri, mobil uygulama memnuniyetinin dönüşüm üzerindeki güçlü etkisidir. Bu bulgu, dijital deneyimin doğrudan davranışsal sonuçlara yol açtığını ve mobil uygulamaların satışları artırmak için stratejik araçlar hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Buna karşılık, restoran memnuniyetinin dönüşüm üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmaması, tekrar satın alma ve eyleme geçme kararlarının fiziksel deneyimden ziyade dijital kolaylık, hız ve erişilebilirlik gibi faktörler tarafından şekillendirildiğini düşündürmektedir. Son olarak, hem mobil uygulama memnuniyetinin hem de restoran memnuniyetinin ağızdan ağıza iletişimi pozitif yönde etkilemesi, işletmelerin müşteri deneyimine yalnızca satış odaklı bir bakış açısıyla değil, aynı zamanda iletişim ve marka savunuculuğu perspektifinden yaklaşımları gerektiğini göstermektedir. Olumlu dijital deneyimlerin kullanıcılar tarafından sosyal çevreleri içerisinde paylaşıma eğiliminde olduğu dikkate alındığında, mobil uygulama performansının marka algısında kritik bir rol oynadığı söylenebilir.

Bu çalışma çeşitli katkılar sağlamakla birlikte bazı sınırlılıklara da sahiptir. Değişkenler arasındaki ilişkiler S-O-R teorisi çerçevesinde açıklanmış olsa da araştırmanın kesitsel yapısı nedensel ilişkilerin kurulmasını sınırlamaktadır. Bu nedenle gelecekteki çalışmalar, mobil uygulama deneyimlerinin dinamiklerini daha açık bir şekilde ortaya koymak amacıyla deneysel araştırma tasarımlarını

benimseyebilir. Bu çalışmada yiyecek kalitesi gibi değişkenler incelenmiş olmakla birlikte, personelin hizmet kalitesi gibi değişkenlerin araştırılması sınırlı kalmıştır. Özellikle teslimat personeli ile müşteriler arasındaki etkileşimlerin memnuniyet ve davranışsal sonuçlar üzerindeki etkisi belirsizliğini korumaktadır. Gelecekteki araştırmalar, bu değişkeni araştırma modeline dâhil ederek modeli genişletebilir. Bunun yanı sıra, bu çalışmadaki değişkenler ile güven, algılanan risk, fiyat adaleti, marka sadakati ve teknolojiye hazır olma gibi faktörler arasındaki ilişkilerin incelenmesi literatüre yeni bakış açıları kazandırabilir. Son olarak, bu çalışmanın örneklemini geliştirmekte olan bir ülkeyi ve kolektivist bir kültürü temsil etmektedir. Gelecekteki çalışmalar, örneklem özelliklerini çeşitlendirerek bulguların farklılaşıp farklılaşmadığını test edebilir.

KAYNAKÇA

- Alhendawi, K. M., & Baharudin, A. S. (2014). The impact of interaction quality factors on the effectiveness of Web-based information system: the mediating role of user satisfaction. *Cognition, Technology & Work*, 16(4), 451–465.
- Ayada, W. M., & Hammad, M. A. E. E. (2023). Design quality criteria for smartphone applications interface and its impact on user experience and usability. *International Design Journal*, 13(4), 339–354.
- Benelam, B. (2009). Satiation, satiety and their effects on eating behaviour. *Nutrition Bulletin*, 34(2), 126–173.
- Blanco-Encomienda, F. J., & Rosillo-Díaz, E. (2025). Exploring brand attitude in e-commerce using the SOR model: the role of information quantity, information quality and source credibility. *Journal of Product & Brand Management*, 34(7), 1041–1055.
- Campos, S., Doxey, J., & Hammond, D. (2011). Nutrition labels on pre-packaged foods: a systematic review. *Public Health Nutrition*, 14(8), 1496–1506. <https://doi.org/DOI: 10.1017/S1368980010003290>
- Cao, D., Meadows, M., & Ma, X. (2024). Thinking fast and slow: a revised SOR model for an empirical examination of impulse buying at a luxury fashion outlet. *European Journal of Marketing*, 58(1), 342–368.
- Chen, S.-C., Chung, K. C., & Tsai, M. Y. (2019). How to Achieve Sustainable Development of Mobile Payment through Customer Satisfaction—The SOR Model. In *Sustainability* (Vol. 11, Issue 22, p. 6314). <https://doi.org/10.3390/su11226314>
- Cho, M., Ko, E., & Jung, H. (2025). Virtual reality luxury fashion show: how imaginary space influences brand word-of-mouth. *International Journal of Advertising*, 44(7), 1175–1194. <https://doi.org/10.1080/02650487.2024.2419227>
- Churchill Jr, G. A., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491–504.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Dirsehan, T., & Cankat, E. (2021). Role of mobile food-ordering applications in developing restaurants' brand satisfaction and loyalty in the pandemic period. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102608. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102608>

- Dubé, L., LeBel, J. L., & Lu, J. (2005). Affect asymmetry and comfort food consumption. *Physiology & Behavior*, 86(4), 559–567. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2005.08.023>
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2003). Empirical testing of a model of online store atmospherics and shopper responses. *Psychology & Marketing*, 20(2), 139–150.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 1(18), 39.
- Generosi, A., Villafan, J. Y., Ferretti, M., & Mengoni, M. (2025). A recommender-based web platform to boost tourism in marginal territories. *Information Technology & Tourism*, 27(3), 797–831. <https://doi.org/10.1007/s40558-025-00327-1>
- Gineikiene, J., Kiudyte, J., & Degutis, M. (2017). Functional, organic or conventional? Food choices of health conscious and skeptical consumers. *Baltic Journal of Management*, 12(2), 139–152. <https://doi.org/10.1108/BJM-01-2016-0016>
- Gudigantala, N., Bicen, P., & Eom, M. (2016). An examination of antecedents of conversion rates of e-commerce retailers. *Management Research Review*, 39(1), 82–114.
- Ha, J., & Jang, S. C. (Shawn). (2010). Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3), 520–529. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.12.005>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.
- Humbani, M., Higuera-Castillo, E., & Liébana-Cabanillas, F. (2024). Satisfaction with mobile food delivery app (MFDA) usage and the moderating role of perceived COVID 19 risk. *International Journal of Hospitality Management*, 121, 103807. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103807>
- Ioannou, M., & Melanthiou, Y. (2015). The effect of interaction quality on trust, loyalty and cross-selling. *International Economics Letters*, 4(1), 1–14.
- Ismagilova, E., Rana, N. P., Slade, E. L., & Dwivedi, Y. K. (2021). A meta-analysis of the factors affecting eWOM providing behaviour. *European Journal of Marketing*, 55(4), 1067–1102.
- Janjić, L., Vujović, S., Zdravković, I., & Ilić, D. (2023). The impact of food visual aesthetics on consumer perception of a healthy and tasty meal in the

- hospitality and tourism industry. *Економика Пољопривреде*, 70(3), 689–710.
- Jung, N. Y., & Seock, Y.-K. (2017). Effect of service recovery on customers' perceived justice, satisfaction, and word-of-mouth intentions on online shopping websites. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 37, 23–30.
- Kalinić, Z., Marinković, V., Djordjevic, A., & Liebana-Cabanillas, F. (2020). What drives customer satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? A UTAUT2-based analytical approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(1), 71–94.
- Kapoor, A. P., & Vij, M. (2018). Technology at the dinner table: Ordering food online through mobile apps. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 342–351.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.04.001>
- Kelvia, S. (2023). Analysis of the influence of sensory experience, satiety value, menu selection, hygiene, and price on customer satisfaction and customer loyalty at the upper-level fine dining customers in Medan. *International Journal of Science and Business*, 19(1), 106–117.
- Kivela, J., Inbakaran, R., & Reece, J. (1999). Consumer research in the restaurant environment, Part 1: A conceptual model of dining satisfaction and return patronage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/09596119910272739>
- Konuk, F. A. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 103–110.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.005>
- Kotler, P. (2002). *Marketing management, millenium edition*. Jakarta: Gramedia.
- Krishna, A. (2012). An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 332–351.
- Kuo, Y. F., Wu, C. M., & Deng, W. J. (2009a). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 887–896. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.03.003>
- Kuo, Y. F., Wu, C. M., & Deng, W. J. (2009b). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 887–896. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.03.003>

- Laumer, S., Maier, C., & Weitzel, T. (2017). Information quality, user satisfaction, and the manifestation of workarounds: a qualitative and quantitative study of enterprise content management system users. *European Journal of Information Systems*, 26(4), 333–360. <https://doi.org/10.1057/s41303-016-0029-7>
- Lee, C.-Y., Tsao, C.-H., & Chang, W.-C. (2015). The relationship between attitude toward using and customer satisfaction with mobile application services: An empirical study from the life insurance industry. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(5), 680–697.
- Lee, G., & Lin, H. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(2), 161–176.
- Lee, Y. W., Strong, D. M., Kahn, B. K., & Wang, R. Y. (2002). AIMQ: a methodology for information quality assessment. *Information & Management*, 40(2), 133–146.
- Liao, S.-H., Hu, D.-C., & Chen, C.-J. (2025). Perceived service quality and electronic word-of-mouth on food delivery services: extended theory of planned behaviour. *British Food Journal*, 127(3), 1080–1097.
- Lim, W. M., Aggarwal, A., & Dandotiya, R. (2022). Marketing luxury services beyond affluence in the new normal: Insights from fine dining during the coronavirus pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102936.
- Liu, C.-H., & Lapuz, M. C. B. (2025). Fostering customer social media advocacy: the role of tableside presentations in trust, risk attitude and positive WOM. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 1–19.
- Liu, Y., Cai, L., Ma, F., & Wang, X. (2023). Revenge buying after the lockdown: Based on the SOR framework and TPB model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72, 103263. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103263>
- McDowell, W. C., Wilson, R. C., & Kile Jr, C. O. (2016). An examination of retail website design and conversion rate. *Journal of Business Research*, 69(11), 4837–4842.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. the MIT Press.
- Michel, C., Velasco, C., Gatti, E., & Spence, C. (2014). A taste of Kandinsky: Assessing the influence of the artistic visual presentation of food on the dining experience. *Flavour*, 3(1), 7.
- Nichifor, E., Lixăndroiu, R. C., Chițu, I. B., Brătucu, G., & Trifan, A. (2021). How Does Mobile Page Speed Shape in-between Touchpoints in the

- customer Journey? A research regarding the most trusted retailers in Romania. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1369–1389.
- Orden-Mejia, M., & Moreno-Manzo, J. (2024). Examining consumer experience in a gourmet food hall: Impacts on satisfaction and behavioural intentions. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100890.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Malhotra, Arvind. (2005). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
<https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Patel, V., Das, K., Chatterjee, R., & Shukla, Y. (2020). Does the interface quality of mobile shopping apps affect purchase intention? An empirical study. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 28(4), 300–309.
<https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.08.004>
- Ray, A., Dhir, A., Bala, P. K., & Kaur, P. (2019). Why do people use food delivery apps (FDA)? A uses and gratification theory perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 221–230.
- Seo, K. H., & Lee, J. H. (2025). The Impact of Service Quality on Perceived Value, Image, Satisfaction, and Revisit Intention in Robotic Restaurants for Sustainability. *Sustainability*, 17(16), 7422.
- Shorbaji, M. F., Alalwan, A. A., & Algharabat, R. (2025). AI-enabled mobile food-ordering apps and customer experience: A systematic review and future research agenda. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(3), 156.
- Souki, G. Q., Oliveira, A. S. de, & Matos, C. A. de. (2025). Repercussions of restaurant corporate social responsibility on positive emotions, memorable experiences and eWOM. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 37(8), 2463–2480.
- Su, D. N., Nguyen, N. A. N., Nguyen, L. N. T., Luu, T. T., & Nguyen-Phuoc, D. Q. (2022). Modeling consumers' trust in mobile food delivery apps: perspectives of technology acceptance model, mobile service quality and personalization-privacy theory. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(5), 535–569.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2020199>
- Sulek, J. M., & Hensley, R. L. (2004). The relative importance of food, atmosphere, and fairness of wait: The case of a full-service restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3), 235–247.
- Tan, F. B., & Chou, J. P. C. (2008). The Relationship Between Mobile Service Quality, Perceived Technology Compatibility, and Users' Perceived

- Playfulness in the Context of Mobile Information and Entertainment Services. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 24(7), 649–671. <https://doi.org/10.1080/10447310802335581>
- Taştan, H., & Soyulu, A. G. (2023). The impact of perceived cleanliness on customer satisfaction, revisiting intention and complaining behaviors: The case of restaurants by SOR Model. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 8(1), 27–38.
- Tran, H., Veflen, N., Jørgensen, E. J. B., & Velasco, C. (2024). Multisensory food experiences in Northern Norway: An exploratory study. *Foods*, 13(13), 2156.
- Venter de Villiers, M., Cheng, J., & Truter, L. (2024). The shift towards plant-based lifestyles: Factors driving young consumers' decisions to choose plant-based food products. *Sustainability*, 16(20), 9022.
- Vera-Falcón, D., Del-Aguila-Arcntales, S., & Espíritu-Rojas, G. (2025). Analysis based on SOR model of food brand experience in consumers in Peru. *Journal of Agriculture and Food Research*, 24, 102488. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jafr.2025.102488>
- Vermote, M., Versele, V., Stok, M., Mullie, P., D'Hondt, E., Deforche, B., Clarys, P., & Deliens, T. (2018). The effect of a portion size intervention on French fries consumption, plate waste, satiety and compensatory caloric intake: an on-campus restaurant experiment. *Nutrition Journal*, 17(1), 43.
- Vieira, V. A. (2013). Stimuli–organism–response framework: A meta-analytic review in the store environment. *Journal of Business Research*, 66(9), 1420–1426.
- Wang, R. J.-H., Krishnamurthi, L., & Malthouse, E. C. (2018). When reward convenience meets a mobile app: Increasing customer participation in a coalition loyalty program. *Journal of the Association for Consumer Research*, 3(3), 314–329.
- Wu, S.-H. (2022). Minds think alike: How do food delivery mobile applications innovate consumer service. *Journal of Tourism and Services*, 13(25), 137–155.
- Yin, J. (2025). Stimulating pro-environmental dining behaviours and intentions: an S–O–R model in farm-to-table restaurants. *British Food Journal*, 127(9), 3113–3131. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2024-1118>
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (4th ed). McGraw-hill.

9. Bölüm

Görsel Algı Bilimsel Araştırmalarının Bibliyometrik Analiz Yöntemiyle Lisansüstü Tezleri Üzerinden İncelenmesi

Mehmet ÇOLAK¹, Engin ERGİN², Dilara EKSEN³

1. GİRİŞ

İnsan, içinde bulunduğu çevrede gün boyu çeşitli uyarıcıların etkisi altında kalır. Söz konusu uyarıcıların, duyu organları ile beyne iletilmesi “duyum” şeklinde tanımlanır (TDK, t.y.). “Algı” ise duyuşsal bir nesnenin zihinsel temsilidir (Matsumoto, 2009). Çünkü çevredeki unsurların bilinçli farkındalığı, duyuşsal uyarıların zihinsel işlenmesi yoluyla gerçekleşir (Bhatia, 2009). Bir başka ifadeyle algı; duyuşların dış nesneler, nitelikler veya ilişkiler tarafından uyarılmasının farkında olmasıdır. Çeşitli duyuşsal deneyimleri seçme, düzenleme ve tanınabilir kalıplara yorumlama yeteneğidir. Bir uyarana veya deneyime yüklenen yorumdur (Corsini, 2002). Bu bilişsel sürecin gerçekleşmesine aracı olan duyuşların oluşmasını sağlayan duyu organları içinde, görme duyuşu öne çıkmaktadır. Çünkü dünya hakkındaki bilgilerimizin yaklaşık yüzde 80’i görme yoluyla gelir (Gross, 2020). Görme duyuşunun önemi dolayısıyla, algı konusu altında “görsel algı” ayrı bir önem kazanmaktadır. “Görsel sistemde duyuşsama işlemine tabi tutulan görsel uyarıcıların tanınması, görsel nesnelerin oluşturulması süreci.” olarak açıklanan (Karakaş, 2017) görsel algıda süreç nesnelerden yansıyan ışığın retinadaki sinir almaçlarına ulaşmasıyla başlar; bu almaçlar sinir uyarılarını dönüştürerek başka bir biçime çevirir ve kortikal hücrelere yansıtır; kortikal hücreler de bunları görüntülere dönüştürür (Corsini, 2002).

Görsel algı, bilimsel alanyazında yeni olmayan ancak güncelliğini koruyan önemli bir konudur. Farklı disiplinlerden pek çok bilim insanı çalışmalarında görsel algıyı ele almışlardır. Son yıllarda görsel algı ile ilgili yapılan çalışmalar eğitim (Jarodzka ve ark., 2021), mimarlık (Deng ve ark., 2024; Lisińska-Kuśnierz ve ark., 2020), turizm (Chen ve ark., 2025), oyun (Piazzalunga ve ark., 2023), grafik tasarım (Cheng ve ark., 2023), sanal gerçeklik (Wilson ve Saranzo, 2015) ve yapay zekâ

¹ Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği Bölümü, ORCID: 0000-0003-4780-587X.

² Doktora Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği Ana Bilim Dalı, ORCID: 0000-0001-5146-5914.

³ Lisans Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği Bölümü, ORCID: 0009-0008-9319-564X.

(Yang ve ark., 2025) gibi çeşitli konularda gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmalardan da anlaşılmaktadır ki görsel algı, disiplinlerarası bir konu olarak bilim insanları tarafından ilgi görmektedir.

Yukarıda söz edildiği gibi, görsel algı konusunun eğitimden yapay zekâya, mimariden grafik tasarıma kadar çok geniş disiplinlerde çalışılması, alanyazında büyük bir parçalanmaya yol açmakta olup araştırmacıların yeni araştırmaları hayata geçirmeleri sırasında kısmen bilimsel verimsizlik yaşamalarına neden olmaktadır. Dolayısıyla, görsel algı konusuna yönelik araştırma eğilimlerinin sistematik bir inceleme ile çözümlenmesinin, alan araştırmacıları için faydalı olacağı değerlendirilerek bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır.

Bibliyometrik yöntemler, içerikle ilgili eğilimleri belirlemek için kullanılabilir. İlgili yayınların tematik olarak odaklanması ve yoğunlaştırılmasıyla, olası eğilimlerin nerede belirgin olduğu kısa sürede ortaya çıkar (Ball, 2017). Bibliyometrik analiz ve veri görselleştirmeleri, alana dair araştırma eğilimlerinin açık ve anlaşılır bir şekilde sunulmasını sağlamaktadır. Böylece, görünür hale gelen araştırma eğilimleri, daha sonra yapılacak çalışmalar için yol gösterici olmaktadır. Bibliyometrik analiz çalışmalarında lisansüstü tezlerinin kullanımına birçok alanda rastlanmaktadır. Söz konusu alanlara çeviribilim (Güneri, 2025), finans (Haydaroğlu, 2022), gastronomi (Kibar ve Köşker, 2026), sağlık bilimleri (Yalnız Dilcen ve Kantek, 2020), spor (Sivri ve Ark., 2026), tasarım (Akyıldız, 2023), turizm (Oğuzbalaban, 2021) sayılabilir.

Bu bağlamda, araştırmanın amacı, Türkiye’de görsel algı konusunda gerçekleştirilen bilimsel araştırmaları, lisansüstü tezleri üzerinden okuyarak akademik bilginin seyrini irdelemek ve bu alanda yeni çalışmalar gerçekleştirecek araştırmacıların bakış açılarına katkı sağlamaktır.

2. YÖNTEM

Bu araştırmada, Türkiye’de görsel ilgi ile ilişkili üretilmiş lisansüstü tezleri, bibliyometrik yaklaşımla çözümlenmiştir. Bu kapsamda, aşağıda sıralanan 14 araştırma sorusuna cevap aranmıştır.

Türkiye’de üretilen lisansüstü tezlerinin;

- ...gruplarına göre dağılımı nasıldır?
- ...türlerine göre dağılımı nasıldır?
- ...danışman sayılarına göre dağılımı nasıldır?
- ...danışman ünvanlarına göre dağılımı nasıldır?
- ...yıllara göre dağılımı nasıldır?
- ...beş yıllık dönemlere göre dağılımı nasıldır?
- ...üniversitelere göre dağılımı nasıldır?
- ...enstitülere göre dağılımı nasıldır?

- ...ana bilim/sanat dallarına göre dağılımı nasıldır?
- ...bilim/sanat dallarına göre dağılımı nasıldır?
- ...konularına göre dağılımı nasıldır?
- ...dizinlerine göre dağılımı nasıldır?
- ...dillerine göre dağılımı nasıldır?
- ...sayfa sayılarına göre dağılımı nasıldır?

Araştırma kapsamında, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi'nde 26 Nisan 2026 tarihinde yapılan tarama sonucunda tamamlanan 235 lisansüstü tezine ulaşılmıştır. Sitenin (Yükseköğretim Kurulu, t.y.) “gelişmiş tarama” özelliği kullanılmış olup “aranacak kelime(ler)” bölümüne “görsel algı” ifadesi girilerek “aranacak alan” bölümü “tez adı” ve “arama tipi” bölümü ise “kelimenin içinde geçsin” şeklinde ayarlanmıştır. Kullanıcıların sisteme girdikleri tüm bilgilerin doğru olduğu varsayılmış ve buna göre işlem yapılmıştır.

Tarama sonucunda, 235 teze ait künye bilgileri *Microsoft Excel* yazılımı kullanılarak elektronik çizelgeye işlenmiş, daha sonra bu yazılımın “Özet Tablo” özelliği kullanılarak sıklık (frekans) analizi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca aynı “konu” ve “dizin” gruplarında hücre içerisinde “;” ile birbirine bağlanmış çoklu terimlerin ayrıştırılarak analize uygun hale getirilmesi ve sıklıklarının belirlenmesi için *Microsoft Excel*'in “Power Query” aracından yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular çizelge ve grafikler aracılığıyla görselleştirilmiş ve yorumlanmıştır.

3. BULGULAR

Bu bölümde, Ulusal Tez Merkezi'nde yer alan ve tamamlanmış lisansüstü tezleri arasında, tez adında “görsel algı” ifadesi geçen lisansüstü tezleri için yapılan bibliyometrik analiz sonucunda ulaşılan bulgular verilmiştir.

Çizelge 1’de tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin gruplara ve türlere göre dağılımları verilmiştir.

Çizelge 1. Tezlerin grup ve türlere göre dağılımı

Tür	Fen		Sosyal		Tıp		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Diş Hekimliği Uzmanlık	0	0.0	0	0.0	2	3.9	2	0.9
Doktora	11	22.4	25	18.5	11	21.6	47	20.0
Sanatta Yeterlik	1	2.0	10	7.4	0	0.0	11	4.7
Tıpta Uzmanlık	0	0.0	0	0.0	3	5.9	3	1.3
Yüksek Lisans	37	75.5	100	74.1	35	68.6	172	73.2
Toplam	49	100	135	100	51	100	235	100

(n: Adet, %: Yüzde)

Çizelge 1’de verilen değerler incelendiğinde, çalışma kapsamında ele alınan 235 tezin %73.2’sinin “yüksek lisans”, %20’sinin “Doktora”, %4.7’sinin “Sanatta Yeterlik”, %1.3’ünün “Tıpta Uzmanlık” ve %0.9’unun “Diş Hekimliği Uzmanlık” türünde olduğu anlaşılmıştır. En büyük paya sahip grubun “yüksek lisans” olmasının, lisansüstü düzeyde en çok yüksek lisans öğreniminin gerçekleşmesi olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, lisansüstü tezlerinin ilişkilendirildikleri gruplar incelendiğinde, sıralama çoktan aza doğru “Sosyal” (135 adet), “Tıp” (51 adet) ve “Fen” (49 adet) olarak gerçekleşmiştir. Sosyal grubu her ne kadar en yüksek orana sahip olsa da Tıp ve Fen gruplarında da azımsanmayacak ölçüde tez üretilmesi, “görsel algı” kavramının disiplinlerarası olma durumunu vurgulamaktadır.

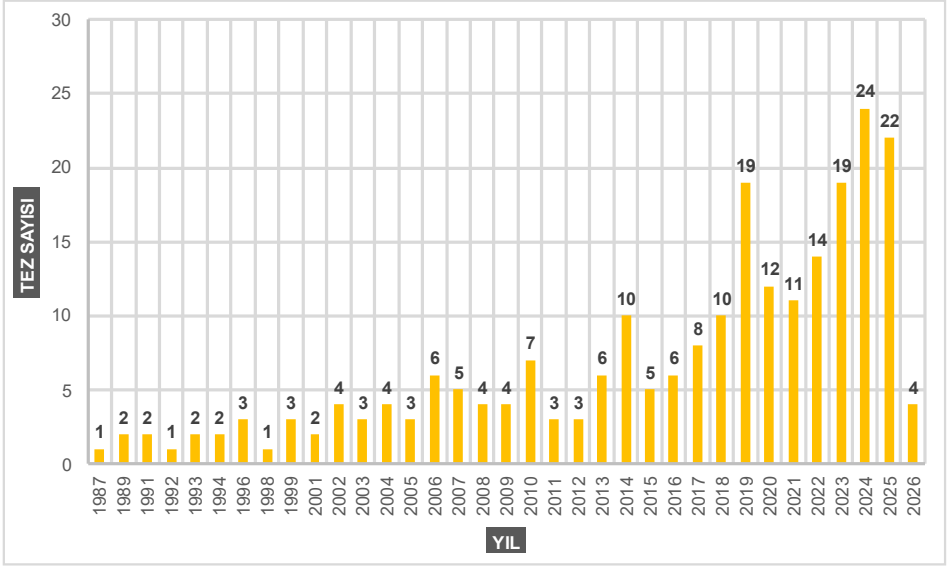
Çizelge 2’de tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin akademik danışman sayılarına ve ünvanlarına göre dağılımları verilmiştir.

Çizelge 2. Tezlerin danışman sayısı ve danışman ünvanlarına göre dağılımı

Unvan	Birinci Danışman		İkinci Danışman		
	n	%	n	%	
Prof. / Prof. Dr.	114	48.5	9	42.9	
Doç. / Doç. Dr.	59	25.1	5	23.8	
Yrd. Doç. / Yrd. Doç. Dr. / Dr. Öğr. Üyesi	57	24.3	7	33.3	
Dr.	5	2.1	0	0.0	
(n: Adet. %: Yüzde)	Toplam	235	100.0	21	100.0

Çizelge 2’ye göre, tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği tezlerin %8.9’unda (21 adet) “ikinci danışman” bulunmaktadır. Birinci danışmanların ünvanlarına göre dağılımları incelendiğinde “Prof. / Prof. Dr” seçeneği %48.5 ile ilk sırada yer almıştır. Benzer şekilde, ikinci danışmanların ünvanlarına göre dağılımları ele alındığında ilk sırada %42.9 ile “Prof. / Prof. Dr” seçeneği bulunmaktadır. 2018 yılında “Yardımcı Doçentlik” kadrosu kaldırılarak yerine “Doktor Öğretim Üyesi” kadrosu getirildiği için “Yrd. Doç. / Yrd. Doç. Dr. / Dr. Öğr. Üyesi” ünvanları tek grupta gösterilmiştir.

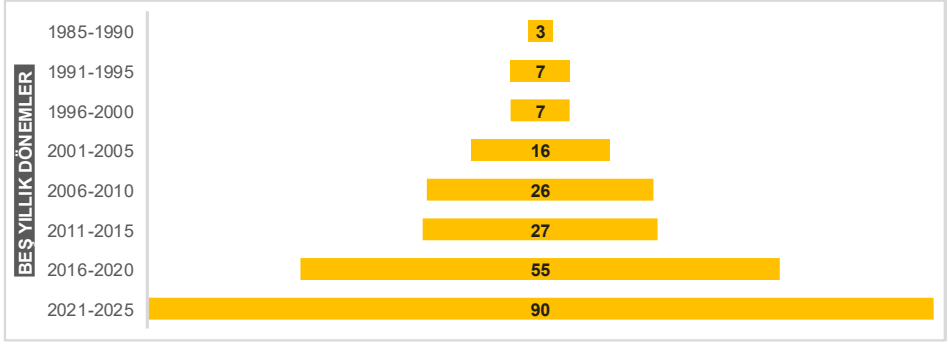
Şekil 1’de, tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin yıllara göre dağılımları verilmiştir.



Şekil 1. Tezlerin yıllara göre dağılımı

Şekil 1’de görüldüğü gibi, tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği ilk lisansüstü tezi 1987 yılına tarihlenmiştir. Tez üretiminin adet bazında en düşük noktası 1’er tez ile 1987, 1992 ve 1998 yıllarında, en yüksek noktası ise 24 tez ile 2024 yılında gerçekleşmiştir. Ayrıca 2001’den itibaren her yıl düzenli olarak tez üretilmesi dikkat çekici olup bu durum kavrama yönelik ilginin süreklilik arz ettiğini göstermektedir.

Şekil 2’de tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin beş yıllık dönemlere göre dağılımları verilmiştir. Bu çalışma 2026 yılı içinde hazırlandığı için, tamamlanmış son yıldan (2025) geriye doğru beşer yıllık dönemler ele alınmıştır. Ayrıca, çalışma kapsamında dikkate alınan en eski tez 1987 yılına tarihlenmesine rağmen, “beş yıllık dönemler” ifade edildiği için ilk beş yıllık dönem “1985-1990” olarak belirlenmiştir.



Şekil 2. Tezlerin beş yıllık dönemlere göre dağılımı

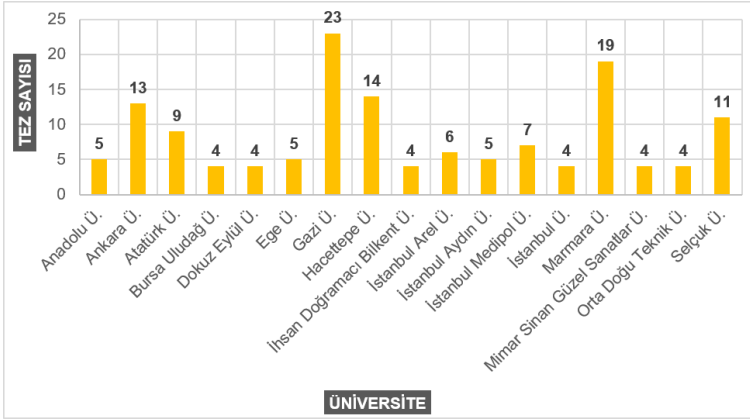
Şekil 2’de de görüldüğü üzere, tez adında “görsel algı” kavramının geçtiği lisansüstü tezlerin beş yıllık dönemlere göre dağılımı genel olarak artış göstermektedir. “2001-2005” döneminden itibaren ise beş yıllık dönemlerde sürekli bir artış yaşandığı belirlenmiştir. En düşük tez sayısı “3” ile “1985-1990” yılları arasında kaydedilirken en yüksek tez sayısı “90” ile “2021-2025” yılları arasında gerçekleşmiştir. 2016-2020 yılları arasında tez sayısı 55’e yükselmiştir. Bununla birlikte, “2011-2015” döneminden itibaren her beş yıllık dönemde üretilen tez sayısının yaklaşık %160 ila %200 arasında arttığı hesaplanmıştır. “2011-2015” döneminde 27 tez üretilirken 2016-2020 döneminde 55 tez ($27 \times 2,03$), 2021-2025 döneminde 90 tez ($55 \times 1,63$) üretilmiştir. Tez sayısındaki bu artış, “görsel algı” konusundaki akademik ilginin son yıllarda arttığını ortaya koymaktadır.

Çizelge 3’te tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin üniversitelere göre dağılımları listelenmiştir. Çizelge 3’e göre, tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği 235 tezin 77 üniversitede hazırlandığı anlaşılmaktadır. Söz konusu üniversitelerin 36’sında 1’er adet, 14’ünde 2’şer adet ve 10’unda 3’er adet tez üretilmiştir. Bu da toplam üniversite sayısının %77,9’una karşılık gelmektedir. Geri kalan %22,1 ise çalışmada incelenen tezlerin üniversite başına düşen ortalama değerinin (3,1 adet) üzerinde tez ürettiği belirlenen 17 adet üniversitenin payıdır. Bahsi geçen üniversiteler ve üretilen tez sayıları Şekil 3’te verilmiştir.

Çizelge 3. Tezlerin üniversitelere göre dağılımı

Üniversite	n	%	Üniversite	n	%
Abant İzzet Baysal Ü.	2	0.9	İstanbul Arel Ü.	6	2.6
Afyon Kocatepe Ü.	1	0.4	İstanbul Atlas Ü.	1	0.4
Akdeniz Ü.	2	0.9	İstanbul Aydın Ü.	5	2.1
Aksaray Ü.	1	0.4	İstanbul Medipol Ü.	7	3.0
Anadolu Ü.	5	2.1	İstanbul Teknik Ü.	3	1.3
Ankara Ü.	13	5.5	İstanbul Ticaret Ü.	1	0.4
Ankara Yıldırım Beyazıt Ü.	2	0.9	İstanbul Ü.	4	1.7
Atatürk Ü.	9	3.8	İzmir Demokrasi Ü.	1	0.4
Atılım Ü.	1	0.4	Kapadokya Ü.	1	0.4
Aydın Adnan Menderes Ü.	3	1.3	Karadeniz Teknik Ü.	3	1.3
Bahçeşehir Ü.	1	0.4	Kocaeli Ü.	3	1.3
Başkent Ü.	2	0.9	Koç Ü.	1	0.4
Beykent Ü.	1	0.4	Konya Teknik Ü.	1	0.4
Boğaziçi Ü.	2	0.9	KTO Karatay Ü.	1	0.4
Bolu Abant İzzet Baysal Ü.	3	1.3	Kütahya Dumlupınar Ü.	1	0.4
Bursa Uludağ Ü.	4	1.7	Maltepe Ü.	2	0.9
Bülent Ecevit Ü.	1	0.4	Marmara Ü.	19	8.1
Çanakkale Onsekiz Mart Ü.	1	0.4	Mersin Ü.	2	0.9
Dicle Ü.	2	0.9	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Ü.	4	1.7
Dokuz Eylül Ü.	4	1.7	Necmettin Erbakan Ü.	3	1.3
Dumlupınar Ü.	1	0.4	Okan Ü.	1	0.4
Düzce Ü.	2	0.9	Ondokuz Mayıs Ü.	1	0.4
Ege Ü.	5	2.1	Orta Doğu Teknik Ü.	4	1.7
Erciyes Ü.	1	0.4	Pamukkale Ü.	1	0.4
Eskişehir Osmangazi Ü.	2	0.9	Sabancı Ü.	2	0.9
Fatih Sultan Mehmet Vakıf Ü.	1	0.4	Sağlık Bilimleri Ü.	1	0.4
Fatih Ü.	1	0.4	Sakarya Ü.	2	0.9
Fırat Ü.	1	0.4	Selçuk Ü.	11	4.7
GATA	1	0.4	Sivas Cumhuriyet Ü.	1	0.4
Gazi Ü.	23	9.8	Süleyman Demirel Ü.	2	0.9
Gaziosmanpaşa Ü.	1	0.4	Trakya Ü.	1	0.4
Giresun Ü.	1	0.4	Uludağ Ü.	1	0.4
Hacettepe Ü.	14	6.0	Üsküdar Ü.	3	1.3
Haliç Ü.	3	1.3	Yeditepe Ü.	1	0.4
Hasan Kalyoncu Ü.	3	1.3	Yıldız Teknik Ü.	3	1.3
Hitit Ü.	1	0.4	Yozgat Bozok Ü.	1	0.4
Işık Ü.	1	0.4	Zonguldak Bülent Ecevit Ü.	2	0.9
İhsan Doğramacı Bilkent Ü.	4	1.7	Zonguldak Karaelmas Ü.	1	0.4
İnönü Ü.	1	0.4	<i>Toplam</i>	235	100

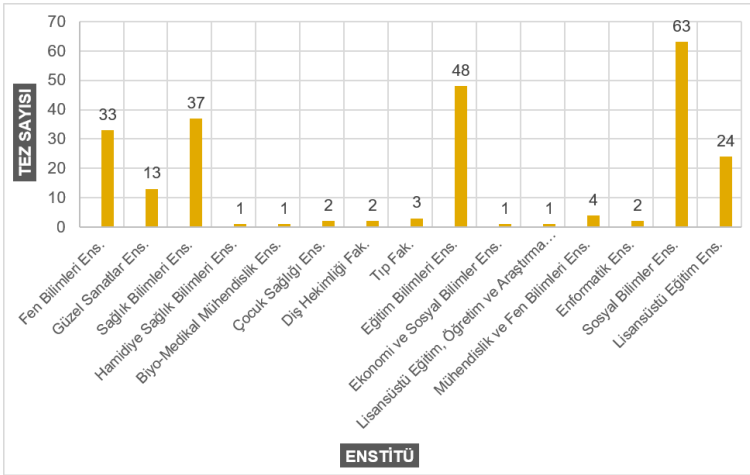
(n: Adet, %: Yüzde, Ü: Üniversite)



Şekil 3. Tezlerin üniversitelere (Ü.) göre dağılımı

Şekil 3’te verilen değerler incelendiğinde, Gazi Üniversitesi 23 adet tez ile birinci sırada yer almaktadır. Bunu Marmara Üniversitesi (19 adet) ve Hacettepe Üniversitesi (14 adet) takip etmektedir.

Şekil 4’te tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin enstitülere göre dağılımları verilmiştir.



Şekil 4. Tezlerin enstitülere (Ens.) göre dağılımı

Şekil 4’e göre, tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği tezlerin enstitülere göre dağılımında Sosyal Bilimler Enstitüsü (63 adet), Eğitim Bilimleri Enstitüsü (48 adet), Sağlık Bilimleri Enstitüsü (37 adet), Fen Bilimleri Enstitüsü (33 adet), Lisansüstü Eğitim Enstitüsü (24 adet) ve Güzel Sanatlar Enstitüsü (13 adet) öne çıkmaktadır. Üniversiteler arasında enstitü isimlendirmesinde genel bir benzerlik söz konusu olmasına rağmen bunun dışında kalan üniversitelerin bulunduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4’te tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin ana bilim/sanat dallarına göre dağılımları verilmiştir.

Çizelge 4. Tezlerin ana bilim/sanat dallarına göre dağılımı

Ana Bilim/Sanat Dalı	n	%	Ana Bilim/Sanat Dalı	n	%
Ana Çocuk Sağlığı	1	0.4	İlköğretim	8	3.4
Antrenörlük Eğitimi	1	0.4	İş ve Uğraşı Tedavisi	1	0.4
Beden Eğitimi ve Spor	5	2.1	Kentsel Tasarım	1	0.4
Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri	2	0.9	Kulak Burun Boğaz	3	1.3
Beden Eğitimi ve Spor Öğr.	2	0.9	Matematik ve Fen Bilimleri	1	0.4
Bilgisayar Müh.	4	1.7	Mat. ve Fen Bilimleri Eğitimi	2	0.9
Bilgisayar ve Bilişim Müh.	1	0.4	Medya Çalışmaları	1	0.4
Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri	1	0.4	Medya ve İletişim Çalışmaları	1	0.4
Bilişsel Bilim	2	0.9	Mimarlık	12	5.1
Bilişsel Rehabilitasyon	2	0.9	Nörobilim	2	0.9
Biyomedikal Müh.	1	0.4	Nöroloji	1	0.4
Çocuk Gelişimi	11	4.7	Odyoloji	2	0.9
Çocuk Gelişimi ve Eğitimi	6	2.6	Okul Öncesi Eğitimi	2	0.9
Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi	1	0.4	Ortodonti	2	0.9
Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi Eğitimi	1	0.4	Özel Eğitim	3	1.3
Çocuk Sağlığı ve Eğitimi	2	0.9	Özel Eğitim Ana Bilim Dalı	1	0.4
Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları	1	0.4	Pediyatrik Temel Bilimler	1	0.4
Çocuk ve Ergen Ruh Sağlığı ve Hastalıkları	1	0.4	Pedodonti	1	0.4
Dil ve Konuşma Terapisi	3	1.3	Peyzaj Mimarlığı	3	1.3
Eğitim Bilimleri	6	2.6	Protetik Diş Tedavisi	1	0.4
Eğitimde Psikolojik Hizmetler	1	0.4	Psikoloji	4	1.7
Elektrik ve Elektronik Müh. Bölümü	1	0.4	Radio Televizyon ve Sinema	2	0.9
Elektrik-Elektronik Müh.	1	0.4	Reklamcılık	1	0.4
Elektronik Müh.	1	0.4	Resim	4	1.7
Elektronik ve Haberleşme Müh.	1	0.4	Resim ve Baskı Sanatları	1	0.4
Endüstri Müh.	1	0.4	Resim-İş Eğitimi	1	0.4
Endüstri Ürünleri Tasarımı	1	0.4	Ruh Sağlığı ve Hastalıkları	1	0.4
Endüstriyel Tasarım	1	0.4	Sanat ve Tasarım	3	1.3
Ergoterapi	4	1.7	Seramik	1	0.4
Ev Ekonomisi	5	2.1	Sınıf Öğr.	4	1.7
Felsefe	1	0.4	Sinema Televizyon	1	0.4
Fen Bilimleri	1	0.4	Sinir Bilimi	5	2.1
Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon	2	0.9	Şehir ve Bölge Planlama	1	0.4
Fotoğraf	1	0.4	Tekstil	1	0.4
Gazetecilik	1	0.4	Temel Eğitim	19	8.1
Geleneksel Türk Sanatları	1	0.4	Temel Fizyoterapi ve Rehabilitasyon	1	0.4
Görsel Sanatlar	1	0.4	Turizm İşletmeciliği	1	0.4
Göz Hastalıkları	1	0.4	Uygulamalı Psikoloji	1	0.4
Grafik	4	1.7	Uygulamalı Sanatlar Eğitimi	2	0.9
Grafik Tasarımı	5	2.1	Veterinerlik Biyokimyası	1	0.4
Güzel Sanatlar	1	0.4	Yeni Medya	1	0.4
Güzel Sanatlar Eğitimi	16	6.8	Yok	12	5.1
İç Mimari Tasarım	1	0.4	Toplam	235	100

İç Mimarlık	6	2.6
İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı	5	2.1

(Müh: Mühendislik, Mat: Matematik, Öğr: Öğretmenlik.)

Çizelge 4’e göre, tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği 235 tezin 12’si için ana bilim/sanat dalı bilgisi verilmediği; kalanlarının ise 86 farklı ana bilim/sanat dalında hazırlandığı görülmektedir. Tezlerin %8,1’i (19 adet) “Temel Eğitim”, %6,8’i (16 adet) “Güzel Sanatlar Eğitimi”, %5,1’i (12 adet) “Mimarlık” ve %4,7’si (11 adet) “Çocuk Gelişimi” ana bilim/sanat dallarında gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 5’te tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin bilim/sanat dallarının dağılımları verilmiştir.

Çizelge 5. Tezlerin bilim/sanat dallarına göre dağılımı

Bilim / Sanat Dalı	n	%	Bilim / Sanat Dalı	n	%
Beden Eğitimi ve Spor	2	0.9	Mesleki Resim Eğitimi	1	0.4
Bilgisayar Mühendisliği	1	0.4	Mimari Tasarım	2	0.9
Bilişsel Nöropsikoloji	1	0.4	Mimarlık	3	1.3
Bina Araştırma ve Planlama	1	0.4	Müzik Eğitimi	1	0.4
Çocuk Gelişimi	3	1.3	Nörobilim	1	0.4
Çocuk Gelişimi ve Eğitimi	8	3.4	Nöroloji	1	0.4
			Odyoloji Konuşma ve Ses		
Dil ve Konuşma Terapisi	2	0.9	Bozuklukları	1	0.4
Donanım	1	0.4	Odyoloji ve Konuşma Bozuklukları	1	0.4
Eğitim Programları ve Öğretim	2	0.9	Odyoloji	2	0.9
Elektronik Mühendisliği	1	0.4	Okul Öncesi Eğitimi	16	6.8
Ergoterapi	2	0.9	Okul Öncesi Öğretmenliği	4	1.7
Fen Bilgisi Eğitimi	1	0.4	Özel Eğitim	1	0.4
Fen Bilgisi	1	0.4	Peyzaj Mimarlığı	1	0.4
Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon	1	0.4	Radyo Televizyon	1	0.4
Fizyoterapi ve Rehabilitasyon	1	0.4	Reklamcılık	1	0.4
Fotoğraf	1	0.4	Resim	2	0.9
Gazetecilik	1	0.4	Resim-İş Eğitimi	5	2.1
Grafik Eğitimi	1	0.4	Resim-İş Öğretmenliği	7	3.0
Grafik Tasarımı	5	2.1	Sınıf Öğretmenliği	1	0.4
Güzel Sanatlar Eğitimi	2	0.9	Sınıf Eğitimi	2	0.9
Hareket ve Antrenman Bilimleri	1	0.4	Sinirbilim	1	0.4
İç Mimarlık	2	0.9	Tarih	1	0.4
İlköğretim	1	0.4	Temel Sanat ve Tasarım	1	0.4
Kentsel Mekan Organizasyonu ve Tasarım	1	0.4	Turizm İşletmeciliği	1	0.4

Kentsel Tasarım	1	0.4	Yöneylem Araştırması	1	0.4
Klinik Psikoloji	2	0.9	Zihinsel Engelliler Öğretmenliği	2	0.9
Matematik Eğitimi	1	0.4	Yok	127	54.0
<i>(n: Adet, %: Yüzde)</i>			Toplam	235	100

Çizelge 5’e göre, tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği tezlerin %54’ü için Ulusal Tez Merkezi sistemine bilim/sanat dalı bilgisi girilmemiştir. Geri kalan %46 incelendiğinde ise tüm tezlere oranla en çok %6.8 ile “Okul Öncesi Eğitimi” (16 adet) bilim/sanat dalında tez üretildiği anlaşılmıştır. Bunu sırasıyla %3.4 ile (8 adet) “Çocuk Gelişimi ve Eğitimi” ve %3 ile (7 adet) “Resim-İş Öğretmenliği” bilim/sanat dalları izlemiştir.

Çizelge 6’da tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin konularına göre dağılımları verilmiştir.

Çizelge 6. Tezlerin konularına göre dağılımı

Konu	n	%	Konu	n	%
Eğitim ve Öğretim	95	32.3	Psikiyatri	2	0.7
Güzel Sanatlar	39	13.3	Dilbilim	2	0.7
Psikoloji	18	6.1	Göz Hastalıkları	2	0.7
Mimarlık	16	5.4	Dil ve Konuşma Terapisi	2	0.7
İç Mimarî ve Dekorasyon	13	4.4	Müzik	2	0.7
Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları	10	3.4	İstatistik	1	0.3
Spor	10	3.4	Matbaacılık	1	0.3
Nöroloji	10	3.4	Felsefe	1	0.3
Sahne ve Görüntü Sanatları	6	2.0	Hastaneler	1	0.3
Ev Ekonomisi	5	1.7	Endüstri ve Endüstri Mühendisliği	1	0.3
Bilgisayar Mühendisliği Bilimleri-Bilgisayar ve Kontrol	5	1.7	Biyomühendislik	1	0.3
Kulak Burun ve Boğaz	5	1.7	Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyon	1	0.3
Peyzaj Mimarlığı	4	1.4	El Sanatları	1	0.3
Elektrik ve Elektronik Mühendisliği	4	1.4	Tarih	1	0.3
Dış Hekimliği	4	1.4	Türk Dili ve Edebiyatı	1	0.3
Bilim ve Teknoloji	4	1.4	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	1	0.3
Ergoterapi	4	1.4	Turizm	1	0.3
Şehircilik ve Bölge Planlama	3	1.0	Matematik	1	0.3
İletişim Bilimleri	3	1.0	Geriatrı	1	0.3
Fizyoterapi ve Rehabilitasyon	3	1.0	Biyofizik	1	0.3
Radio-Televizyon	2	0.7	Müzecilik	1	0.3
Endüstri Ürünleri Tasarımı	2	0.7	Reklamcılık	1	0.3
Gazetecilik	2	0.7	Toplam	294	100

(n: Adet, %: Yüzde)

Çizelge 6’da görüldüğü üzere, en çok çalışılan beş konu “eğitim ve öğretim” (%32.3), “güzel sanatlar” (%13.3), “psikoloji” (%6.1), “mimarlık” (%5.4) ve “iç mimari ve dekorasyon” (%4.4) olarak belirlenmiştir.

Her lisansüstü tez için Ulusal Tez Merkezi’nde dizin bilgisi girilmemiş olup çalışma kapsamında ele alınan 235 tezin 160’ı için 437 farklı dizin ifadesi seçilmiştir. Bunların 322 tanesi sadece birer kez kullanılmıştır. Çizelge 7’de, tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin dizinlerinden üç ve daha fazla sayıda kullanılanların dağılımları verilmiştir.

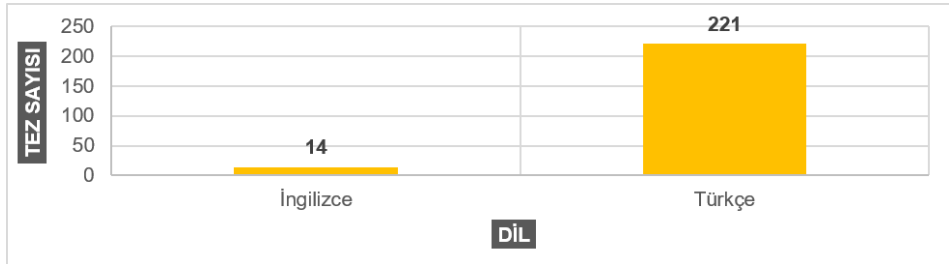
Çizelge 7. Tezlerin dizinlerine göre dağılımı

Dizin	n	%	Dizin	n	%
Görsel algılama	124	13.5	Biliş	4	0.4
Okul öncesi eğitim	28	3.1	Oyunlar	4	0.4
Algı	23	2.5	Sanat	4	0.4
Okul öncesi çocuklar	23	2.5	Görsel dikkat	4	0.4
Çocuklar	16	1.7	Anaokulları	3	0.3
Görme algısı	13	1.4	Güvenilirlik	3	0.3
Tasarım	12	1.3	Resimler	3	0.3
Okul öncesi dönem	12	1.3	Zeka	3	0.3
Çocuk gelişimi	11	1.2	Eğitim psikolojisi	3	0.3
İlkokul öğrencileri	11	1.2	İç mekan	3	0.3
Sanat eğitimi	10	1.1	Okuma-anlama	3	0.3
Frostig Görsel Algı Testi	9	1.0	Bellek	3	0.3
Okul öncesi çocuklar	9	1.0	Görsel bellek	3	0.3
Eğitim programları	9	1.0	Mekan	3	0.3
Eğitim	8	0.9	Hareket	3	0.3
Dikkat	7	0.8	Resim eğitimi	3	0.3
Grafik tasarımı	6	0.7	Görsel duyarlılık	3	0.3
Resim sanatı	6	0.7	Motor beceriler	3	0.3
Görsel sanatlar	6	0.7	Dil gelişimi	3	0.3
Görsel sanatlar eğitimi	6	0.7	Nöropsikolojik testler	3	0.3
Ölçme-değerlendirme	6	0.7	Testler	3	0.3
Matematik	5	0.5	Algısal öğrenme	3	0.3
Ölçekler	5	0.5	Zeka oyunları	3	0.3
Matematik eğitimi	5	0.5	Fotoğraf sanatı	3	0.3
Görme	4	0.4	Geometri	3	0.3
Gestalt yaklaşımı	4	0.4	Matematiksel beceri	3	0.3
Işık	4	0.4	Güzel sanatlar	3	0.3
Özel eğitim	4	0.4	Medya	3	0.3
Mekansal algı	4	0.4	Göz izleme	3	0.3

(n: Adet, %: Yüzde)

Çizelge 7’ye göre, en çok kullanılan dizin ifadesi %13.5 ile “görsel algılama” olmuştur. 10 ve daha fazla sayılarda kullanılan dizin ifadeleri ise sırasıyla “okul öncesi eğitim”, “algı”, “okul öncesi çocuklar”, “çocuklar”, “görme algısı”, “tasarım”, “okul öncesi dönem”, “çocuk gelişimi”, “ilkokul öğrencileri” ve “sanat eğitimi” olarak belirlenmiştir.

Şekil 5’te tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin yazıldıkları dillere göre dağılımları verilmiştir. Buna göre, üretilen lisansüstü tezlerin büyük çoğunluğu (221 adet) Türkçe dilinde hazırlanmış olup İngilizce dilinde hazırlanan tez sayısı ise 14 ile sınırlı kalmıştır.



Şekil 5. Tezlerin dillere göre dağılımı

Çizelge 8’de tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin gruplarına göre ortalama sayfa sayıları verilmiştir.

Çizelge 8. Tezlerin gruba göre ortalama sayfa sayıları

Grup	n	Ortalama Sayfa
Fen	49	147.4
Sosyal	135	144.4
Tıp	51	109.1
Genel	235	137.4

(n: Adet)

Çizelge 8’de de görüldüğü üzere, tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği 235 tezin ortalama sayfa sayısı 137.4 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca tez başına düşen ortalama sayfa sayısı “Fen” grubunda 147.4, “Sosyal” grubunda 144.4 ve “Tıp” grubunda 109.1 olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 9’da tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği lisansüstü tezlerinin türlerine göre ortalama sayfa sayıları verilmiştir.

Çizelge 9. Tezlerin türe göre ortalama sayfa sayıları

Tür	n	Ortalama Sayfa
Diş Hekimliği Uzmanlık	2	110.0
Doktora	47	196.4
Sanatta Yeterlik	11	153.6
Tıpta Uzmanlık	3	115.3
Yüksek Lisans	172	120.9
<i>Genel</i>	235	137.4

(n: Adet)

Çizelge 9’da belirtildiği gibi, tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği 235 tez, türlerine göre bakıldığında bir tezin ortalama sayfa sayısı “Diş Hekimliği Uzmanlık” türünde 110, “Doktora” türünde 196.4, “Sanatta Yeterlik” türünde 153.6, “Tıpta Uzmanlık” türünde 115.3 ve “Yüksek Lisans” türünde 120.9 olarak hesaplanmıştır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Ulusal Tez Merkezi'nde yer alan ve tez adında “görsel algı” ifadesinin geçtiği tezlere ilişkin bir bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Bu konuda üretilen tez sayısında son yıllarda artış gözlemlenmiştir. Özellikle 2021-2025 arasında, önceki beş yıllık döneme kıyasla belirgin bir artış meydana gelmiştir.
- Tez türlerine göre “Yüksek Lisans”, tez grubuna göre “Sosyal” öne çıkmıştır.
- Gerçekleştirilen tezler incelendiğinde üniversite çeşitliliği net bir şekilde anlaşılırken Gazi Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve Hacettepe Üniversitesi görsel algı ile ilgili en çok tez üretilen üç üniversite olmuştur.
- Tezlerin enstitülere göre dağılımları ele alındığında “Sosyal Bilimler Enstitüsü”, “Eğitim Bilimleri Enstitüsü”, “Sağlık Bilimleri Enstitüsü” ve “Fen Bilimleri Enstitüsü” belirgin sayıda tez üretimine sahip olduğu anlaşılmaktadır.
- Ayrıca tezlerin ana bilim/sanat dalları açısından dağılımları incelendiğinde 86 ana bilim/sanat dalında tamamlandığı anlaşılmıştır. Ancak bazı ana bilim/sanat dalları isimlendirmelerinin benzer olması nedeniyle bu değer kısmen daha az düşünülebilir.
- Tezlerin Ulusal Tez Merkezi'nde yer alan künyeleri incelendiğinde, %54'ünde bilim/sanat dalı belirtilmediği görülmüştür.
- Tezlerin büyük çoğunluğunun tek danışman ile tamamlandığı, birden çok danışmanın katkı sağladığı tezlerin oldukça sınırlı olduğu anlaşılmıştır.
- Tezlerin %94'ü (221 adet) Türkçe dilinde yazılmıştır.
- Tezlerin ortalama sayfa sayısı 137.4 olup bu değer gruplar açısından incelendiğinde “fen” grubundaki tezler 147.4, türler açısından incelendiğinde ise “doktora” türündeki tezler 196.4 ile en çok paya sahiptir.
- Tezlerin konularına göre dağılımlarına bakıldığında, “eğitim ve öğretim” (%32.3) konusunun öne çıktığı görülmüştür. Bunu “güzel sanatlar”, “psikoloji” ve “mimarlık” izlemiştir.
- Tezlerin dizinlerine göre dağılımları incelendiğinde, dizin bilgisi sisteme işaretlenmeyen tezlerin %31.9 olduğu tespit edilmiştir. Dizin bilgisi işaretlenenlerde ise %13.5 ile “görsel algılama” ilk sırada yer almıştır. Bunu sırasıyla “Okul öncesi eğitim”, “algı”, “okul öncesi çocuklar” ve “çocuklar” seçenekleri takip etmiştir.
- Görsel algı konusu farklı disiplinlerden araştırmacıların ilgilendikleri disiplinlerarası bir konudur. Bu durum, Türkiye’de üretilen lisansüstü tezlerin bibliyometrik analiziyle de ortaya çıkarılmıştır. Önümüzdeki yıllarda, araştırmacıların disiplinlerarası iş birliği yürüterek yeni çalışmalar gerçekleştirmeleri, bilimsel açıdan önemli bir değer oluşturabilir.

KAYNAKLAR

- Akyıldız, N. A. (2023). Biyofilik Tasarım Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Kent Akademisi*, 16(2), 879-904. <https://doi.org/10.35674/kent.1137707>
- Ball, R. (2017). *An introduction to bibliometrics: New developments and trends*. Chandos Publishing.
- Bhatia, M. . (2009). *Dictionary of Psychology and Allied Sciences*. New Age International.
- Chen, X., Zhang, Q., Liu, W., Rahimi, R., & Qi, J. (2025). Exploring visual attention and perception in hospitality and tourism: a comprehensive review of eye-tracking research. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(7), 2726-2743. <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2024-0621>
- Cheng, S., Sheng, D., Yao, J., & Shen, Z. (2023). Poster graphic design with your eyes: An approach to automatic textual layout design based on visual perception. *Displays*, 79, 102458. <https://doi.org/10.1016/j.displa.2023.102458>
- Corsini, R. (2002). *The Dictionary of Psychology*. Routledge.
- Deng, J., Chen, J., & Lei, Y. (2024). A study on the visual perception of cultural value characteristics of traditional southern Fujian architecture based on eye tracking. *Buildings*, 14(11), 3529. <https://doi.org/10.3390/buildings14113529>
- Gross, R. (2020). *Psychology: The Science of Mind and Behaviour 8th Edition*. Hodder Education.
- Güneri, Y. (2025). Çeviribilim Konulu Lisansüstü Tez Araştırmalarının Bibliyometrik Analizi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 8(2), 287-310. <https://doi.org/10.47948/efad.1790459>
- Haydaroglu, C. (2022). Enflasyon Konusunun Yüksek Lisans ve Doktora Tezlerine Yansımaları: Bibliyometrik Analiz Yöntemi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3), 327-341. <https://doi.org/10.29106/fesa.1077988>
- Jarodzka, H., Skuballa, I., & Gruber, H. (2021). Eye-tracking in educational practice: Investigating visual perception underlying teaching and learning in the classroom. *Educational psychology review*, 33(1), 1-10. <https://doi.org/10.1007/s10648-020-09565-7>
- Karakaş, S. (2017). *Görsel Algı*. Prof. Dr. Sirel Karakaş Psikoloji Sözlüğü: Bilgisayar Programı ve Veritabanı - www.psikolojisozlugu.com (sürüm: 5.2.0/2022)
- Kibar, Ü. G., & Köşker, H. (2026). Duyusal Analizin Akademik Yansımaları: Türkiye'deki Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Gastroia: Journal*

- of Gastronomy And Travel Research, 10(1), 99-116.
<https://doi.org/10.32958/gastoria.1831406>
- Lisińska-Kuśnierz, M., & Krupa, M. (2020). Suitability of eye tracking in assessing the visual perception of architecture—A case study concerning selected projects located in Cologne. *Buildings*, 10(2), 20.
<https://doi.org/10.3390/buildings10020020>
- Matsumoto, D. (2009). *The Cambridge Dictionary of Psychology*. Cambridge University Press.
- Oğuzbalaban, G. (2021). Termal Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1012–1027.
- Piazzalunga, C., Dui, L. G., Termine, C., Bortolozzo, M., Matteucci, M., & Ferrante, S. (2023). Investigating visual perception impairments through serious games and eye tracking to anticipate handwriting difficulties. *Sensors*, 23(4), 1765. <https://doi.org/10.3390/s23041765>
- Sivri, S., Tukenmez, K., & Kıratlı, E. (2026). A Bibliometric Analysis of Studies on Sports Refereeing. *Mediterranean Journal of Sport Science*, 9(1), 1-15.
<https://doi.org/10.38021/asbid.1979032>
- TDK. (t.y.). “Duyum”. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim tarihi: 18/08/2026.
- Wilson, C. J., & Soranzo, A. (2015). The use of virtual reality in psychology: A case study in visual perception. *Computational and mathematical methods in medicine*, 2015(1), 151702. <https://doi.org/10.1155/2015/151702>
- Yalnız Dılçen, H., & Kantek, F. (2020). Ebelik Alanındaki Yüksek Lisans Tezlerinin Bibliyometrik Analizi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(4), 357-364.
<https://doi.org/10.37989/gumussagbil.540343>
- Yang, J., Ye, J., Dash, A., & Wang, G. (2025). Illusions in humans and ai: How visual perception aligns and diverges. *arXiv preprint arXiv:2508.12422*.
- Yükseköğretim Kurulu. (t.y.). Ulusal tez merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>. Erişim tarihi: 26/04/2026.

10. Bölüm

Osmanlı Devleti’nde Müzecilik ve Kültürel Mirasın Korunması: Avrupa Müzeciliğiyle Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme

Merve DOĞAN¹

Özet

Bu çalışma, Osmanlı Devleti’nde müzecilik anlayışı ve kültürel mirasın korunmasına yönelik hukuki düzenlemelerin tarihsel gelişimini, Avrupa’daki müzecilik pratikleriyle karşılaştırmalı olarak incelemektedir. Avrupa’da müze kurumu, kraliyet ve kilise koleksiyonlarının kamusallaştırılması ile emperyal genişleme yoluyla edinilen eserlerin sergilenmesi ekseninde ortaya çıkmıştır. Osmanlı müzeciliği ise eser edinmekten ziyade mevcut kültürel mirası korumaya odaklanan nizamnamelerle şekillenmiştir. Bu süreçte kurulan Müze-i Hümayun, Askeri Müze ve Evkaf-ı İslâmiye Müzesi, Osmanlı Devleti’nin kendi kültürel mirasının kurumsal karşılıkları olarak öne çıkmaktadır. 1881-1910 yılları arasında Müze-i Hümayun müdürlüğü yapan Osman Hamdi Bey ise, hem 1884 tarihli Âsâr-ı Atika Nizamnâmesi’nin uygulayıcısı hem de Türk müzeciliğinin kurucu ismi olarak bu sürecin merkezinde yer almaktadır. Çalışmada, Heinrich Schliemann’ın Troya’dan kaçırdığı Priamos Hazinesi ile Alman heyetleri tarafından Bergama’daki Zeus Sunağı’nın yurt dışına götürülme süreçleri ele alınmakta; bu örnekler üzerinden 1869, 1874 ve 1884 tarihli Âsâr-ı Atika Nizamnâmelerinin ortaya çıkış gerekçeleri ve uygulamadaki sınırları değerlendirilmektedir. Ortaya çıkan tablo Osmanlı Devleti’nde kültürel mirasın korunmasının idari bir mesele olmanın ötesinde dönemin siyasi koşulları ve uluslararası ilişkileriyle de bağlantılı olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Müze-i Hümayun, Âsâr-ı Atika Nizamnâmesi, Osman Hamdi Bey, Kültürel Miras, Karşılaştırmalı Müzecilik Tarihi.

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Biruni Üniversitesi, Rektörlük, e-posta: merve.dogan@biruni.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-8486-2403

Giriş

Kökeni Grekçe mouseion (Lat. museum) olan müze kelimesi, Grek mitolojisinde ilham perileri olarak bilinen dokuz Mousa'nın adından türemiş olup sözlük anlamıyla "Musalar'ın yeri/tapınağı" anlamına gelmektedir. Türkiye'nin 1956 yılından bu yana üyesi olduğu International Council of Museums (ICOM) tarafından yapılan genel tanıma göre ise müzeler, tarihi-arkeolojik eserlerin ve tabiattan toplanmış nesnelerin teşhir edildiği mekânların yanı sıra tabiat parkları, botanik ve hayvanat bahçeleri, akvaryumlar ile halkın ziyaretine açık biçimde düzenlenmiş tarihî ören yerlerini de kapsamaktadır. Eski Mısır ve Mezopotamya'da değerli eşyaların dinî amaçlarla bir araya getirildiği, savaşlarda galip gelen hükümdarların ise elde ettikleri ganimetleri güç ve kudretlerinin göstergesi olarak sergiledikleri bilinmektedir. Ancak bu tür uygulamalar, modern anlamdaki müze kavramı kapsamında değerlendirilmemektedir. Tarihteki ilk müzenin, Antikçağ'da Atina Akropolü'ndeki Propylai'nin bir salonunda Pinakotheka (resim deposu) adıyla oluşturulduğu kabul edilmektedir. Mouseion kavramı ise ilk kez Helenistik Dönem'de, I. Ptolemaios Soter (MÖ 305–283) tarafından İskenderiye'de kurulan ve ünlü kütüphaneyi de bünyesinde barındıran akademik merkez için kullanılmıştır. Aynı dönemde Bergama kralları da saraylarında klasik Grek heykellerinin özgün örneklerinden veya kopyalarından oluşan koleksiyonlar oluşturmaya başlamışlardır. Romalılar ise değerli bir uğraş olarak gördükleri bu koleksiyonculuk geleneğini sürdürmüş; heykelleri yalnızca saraylarda değil, tapınaklarda ve önemli devlet yapılarının revaklarında da sergileyerek halkın ziyaretine açmışlardır. Ortaçağ Avrupa'sında kilise ve manastırlarda dinî eşyalardan oluşan koleksiyonlar gelişirken, soylular da Antikçağ heykelleri, sikkeler, madalyonlar ve mücevherler toplamaya başlamışlardır. Rönesans döneminde eski eserlere duyulan ilginin ve koleksiyonculuğun artması, Avrupa'da modern müzeciliğin gelişimine zemin hazırlamıştır. Medici, Este, Gonzaga ve Farnese gibi ailelerin koleksiyonları bu dönemin öne çıkan örnekleri arasında yer almıştır. Zamanla özel koleksiyonların halka açılmasıyla müzecilik kamusal bir nitelik kazanmıştır. Toskana Grandükü I. Cosimo'nun koleksiyonunu Uffizi Galerisi'nde sergilemesi, Louvre Sarayı'ndaki kraliyet koleksiyonlarının halka açılması ve 1683'te Oxford Üniversitesi'nde Ashmolean Museum'un temellerinin atılması bu sürecin önemli aşamalarıdır. Sir Hans Sloane'ın koleksiyonunun İngiltere Parlamentosu tarafından satın alınması da British Museum'un kuruluşuna zemin hazırlamıştır. XIX. yüzyılda müzecilik Amerika Birleşik Devletleri'nde de gelişmiş ve Metropolitan Museum of Art başta olmak üzere çok sayıda müze kurulmuştur.²

² Erdem Yücel, "Müze", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, c. 32 (İstanbul: TDV İslâm Araştırmaları Merkezi, 2006), s. 240-241.

Bahsi geçen Avrupa müzelerinin kuruluş süreçleri iki ana dinamik etrafında şekillenmiştir: kraliyet ile kilise koleksiyonlarının kamusallaştırılması ve emperyal genişleme yoluyla edinilen eserlerin sergilenmesi. Louvre, Ulusal Kurucu Meclis'in 1791'de sarayı "bilim ve sanatların anıtlarının bir araya getirileceği bir mekân" ilan etmesinin ardından Fransız Devrimi'yle milli mülkiyete devredildi. Müze, el konulan kraliyet ve kilise mallarından oluşan 537 tabloluk ilk sergisiyle 10 Ağustos 1793'te "Muséum central des Arts de la République" adıyla açılmıştır. Binadaki yapısal sorunlar nedeniyle 1796'dan 1801'e kadar kapalı kalan kurum, Napolyon ordularının Avrupa, Mısır ve Suriye'den getirdiği yağma eserlerle genişletilerek "Musée Napoléon" adını almış; ancak Napolyon'un tahttan çekilmesiyle bu eserlerin çoğu asıl sahiplerine iade edilmiştir.³ British Museum ise, 1753 tarihli bir Parlamento kanunuyla doğa bilgini Sir Hans Sloane'un koleksiyonunun satın alınmasıyla kurulmuş ve dünyanın ilk kamu müzesi unvanını almıştır.

19. yüzyılda Osmanlı Devleti coğrafyasından taşınan eserler, söz konusu kurumların ve diğer Avrupa müzelerinin koleksiyonlarını genişletmiş; hatta bazı müze bölümlerinin doğrudan bu parçalarla kurulmasını sağlamıştır. Berlin'deki Bergama Müzesi, British Museum'daki Efes, Halikarnas ve Xanthos buluntuları, Viyana Sanat Tarihi Müzesi'nde yer alan Heroon kabartmaları ile Louvre'daki Artemis Tapınağı kabartmaları bu durumun belirgin örnekleridir. Anadolu kökenli bu eserler, ilgili müzelerin envanterlerinin temel yapısını oluşturmaktadır.⁴ Kısacası dönemin büyük Avrupa müzeleri çoğunlukla siyasi veya askerî üstünlüğe dayanarak eserleri farklı coğrafyalardan kendi merkezlerine taşımak üzerine kurulmuş veya gelişmişti. Buna karşın Osmanlı müzeciliğinin doğuşu, kuruluş gerekçesi, imparatorluk topraklarındaki kazı buluntularının korumaya alınması ve yabancı araştırmacılarca yurt dışına çıkarılmasını önlemek, yani eserleri elde tutmaktır.

1. Osmanlı Devleti'nde Eski Eserlere Yönelik Erken Dönem Uygulamalar

Türkiye'de modern anlamda müzecilik çalışmalarına XIX. yüzyılın ikinci yarısında başlanmış olmakla birlikte, eski eserlerin toplanması ve sergilenmesine yönelik uygulamaların Selçuklu dönemine kadar uzandığı, Fransız gezgin Léon de Laborde'un gravürlerinden anlaşılmaktadır. Laborde'un aktarımlarına göre, Konya'daki Alâeddin Tepesi'nin surları üzerine antik döneme tarihlenen mimari parçalar ile kabartma ve heykeller yerleştirilmiştir. Osmanlı döneminde ise Fâtih

³ <https://en.wikipedia.org/wiki/Louvre> "Louvre", Encyclopædia Britannica; <https://www.britannica.com/topic/Louvre-Museum> (Erişim Tarihi: 17 Eylül 2026).

⁴ Yasin Oğuz Özmenekşe ve Sevcen Yıldız, "Türkiye'den Kaçırılan Kültürel Miras: Türkiye'ye İadesi Sağlananlar", *ISARC 2. Mediterranean Scientific Research and Innovation Congress* (KKTC-Girne, 30-31 Temmuz 2022), s. 711.

Sultan Mehmed döneminden itibaren cebehâne olarak kullanılan Aya İrini Kilisesi'nde, savaşlarda ele geçirilen silahların yanı sıra kullanım dışı kalmış savaş araç ve gereçleri de toplanmıştır. Bunun yanında, Fâtih Sultan Mehmed'in Topkapı Sarayı'nın iç avlusunda Bizans dönemine ait lahit, sütun, sütun kaidesi ve sütun başlıklarını bir araya getirttiği bilinmektedir.⁵

III. Murad dönemine (1574-1595) ait mühimme defterleri, dönemin eski eser anlayışını doğrudan yansıtan veriler sunmaktadır. 1577 tarihli hükümde Eğriboz Beyi ile Atina-Livadya kadılarına emir gönderilerek bölgedeki işlenmiş mermer sütunların ve somakilerin gayrimüslimlere satılması yasaklanmış, bunların kadılık bölgelerinde korunması istenmiştir. 1583 tarihli bir diğer hükümde ise Aksaray'da eski sultanlardan kalma bir handan taş söküp kendi yapılarında kullanan kişilerin tespit edilip deftere kaydedilerek saraya bildirilmesi ve hana yeniden zarar verilmesinin önlenmesi emredilmiştir. Her iki kayıt da taşınmaz kültür varlıklarının korunmasına yönelik erken tarihli idari tedbir niteliğindedir. İkinci belgede ayrıca tahribatı gerçekleştirenlerin kimlikleriyle birlikte bildirilmesi şart koşulmuştur. Mühimme kayıtları, taşınır kültür varlıkları niteliğindeki define bulgularına ilişkin veriler de içermiştir. 1585 tarihli bir hatt-ı hümayunda ise, Tunus Beylerbeyi'nin aktardığı bilgiye göre Sûsa'da evini tamir ederken seksen Sultani dinar bulan Seyyid Muhammed adlı kişi, altınları dönemin beylerbeyi Ahmed Paşa'ya teslim etmiştir. Ancak kethüda İbrahim, daha fazla altın bulunduğuna inanarak Seyyid Muhammed'i hapsedirmiş ve zorla dört yüz altınını almıştır. Padişah, durumun şer'i mahkemede araştırılmasını; iddia doğruysa kusurun affedilmesini, aksi halde izlenecek yol için saraydan görüş istenmesini emretmiştir. Aynı defterde, günümüzde Topkapı Sarayı Müzesi Mukaddes Emanetler Bölümü'nde sergilenen bir röliğin korunmasına yönelik benzer bir kayıt da bulunmaktadır.⁶

Sultan III. Selim dönemine gelindiğinde Topkapı Sarayında bulunan Bizans'tan kalma eserlerin korunmasının devam ettiği ancak sergilenmediği dönemin yabancı basınından da anlaşılmaktadır. O dönemde Fransa ile ilişkilerin iyi devam etmesine önem veren Sultan, Fransız elçisi Sebastiani ve yanındakilere özel bir izin vererek eski eserleri görmelerini sağlamıştır. *Freeman's Journal* isimli gazete bu olayı şöyle aktarmıştır:

"Nazik ve alçakgönüllü bir kişilik olan Sultan, Fransız elçilerine ve yanındakilere Saray'a girip, ustalıkla işçiliğiyle meşhur olan ve Bizans İmparatorları Iustinianus veya Theodosius döneminden kalma bir sütunu

⁵ Semavi Eyice, "Müze", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, c. 32 (İstanbul: TDV İslâm Araştırmaları Merkezi, 2006), s. 241.

⁶ İsmail Günay Paksoy, "Bazı Belgeler Işığında Osmanlı Devleti'nin Kültür Mirası Politikası Üzerine Düşünceler", *Osman Hamdi Bey ve Dönemi: Kongre Kitabı*, ed. R. Zeynep (İstanbul, 17-18 Aralık 1992), s. 202-204.

görmeleri için özel izin verdi. Bu sütun daha önce hiçbir gezgin tarafından görülmemişti. Üzerinde şu Latince yazı yer almaktadır: “Fortuna reduci ob devictas Gothas”. Bu: Gotlar mağlup edildi, şansa kavuştuk” anlamına gelmekteydi. Ayrıca, Padişah’ın General Sebastiani’ye Titus Livius’un eksik el yazmalarını içeren 12 Grek ve Latin elyazması hediye ettiği de bildirildi.”⁷

Haberdan anlaşıldığına göre, Doğu Roma İmparatorluğu’ndan kalma eserlerin Topkapı Sarayında korunmasına devam edildiği gibi, kimsenin görmesine de izin verilmemekteydi. Bununla birlikte, 1807 yılında dahi yabancı elçilerin bu eserlere değer verdikleri ve fırsat bulduklarında onları görme talebinde bulundukları anlaşılmaktadır.

Sultan III. Selim dönemine ait başka bir olay ise 1799 tarihinde gerçekleşmiştir. İngiltere’nin İstanbul elçisi, somaki taşının ülkesinde yoğun talep gördüğünü belirterek sadrazam aracılığıyla Osmanlı makamlarına başvurmuştur. Talebe konu olan parçalar; Saray-ı Atik kapısı dışındaki bir taş, Cıvıçiler Köprüsü yakınlarında denizde bulunan bir somaki parçası, Şehremini Anbarı önündeki bir direk ve Osmaniye Camii civarındaki bir sanduka kapağı kırığıdır. Bu kalıntıların istikraz akçesi karşılığında teslimini içeren talep, sadrazamın itirazlarına karşın tekrarlanması üzerine kabul edilmiş ve eserler Yeşilköy sahilinde Amiral Keith kontrolündeki İngiliz gemisine yüklenmiştir. Süreç içindeki ilk talebe "Pek güzel, hemen taş istesinler, Osmaniye Camii'nden nakle ne hacet, İncili Köşk yanında iyi bir kırmızı somaki vardır, gelsinler beğenirlerse alsınlar" yanıtını veren III. Selim, talebin ısrarla yinelenmesi karşısında bu tutumunu değiştirerek "Bu kez İncili'ye gelsinler, oradan alsınlar" ifadesini kullanmıştır.⁸

Osmanlı Devleti’nin eski eserlere yönelik bu erken dönem, büyük ölçüde hükümdarın takdirine bağlı uygulamaları, XIX. yüzyılın ikinci yarısında yerini daha sistemli, kurumsal ve hukuki bir çerçeveye bırakmıştır. Bu dönüşümün somut adımları ve bu adımların ürünü olan müzeler aşağıda ele alınmaktadır.

2. Osmanlı Devleti’nde Kültürel Mirasın Korunmasına Yönelik Adımlar ve Müzeler

Osmanlı Devleti’nde ilk müze oluşturma girişimi, Tophâne-i Âmire Müşiri Fethi Ahmed Paşa’nın topladığı eski eserlerin 1846 yılında Aya İrini’de sergilenmesiyle başlamıştır. Fethi Ahmed Paşa’nın ölümünden sonra, 1868’de eski eserlerin korunması ve bir müze kurulması düşüncesi yeniden gündeme gelmiş ve bu süreç 1869 tarihli Âsâr-ı Atika Nizamnamesi’nin hazırlanmasına zemin hazırlamıştır. Nizamnamenin ortaya çıkmasında özellikle yabancıların

⁷ Freeman’s Journal, “Revolution in Constantinople”, 7 Ağustos 1807, s. 4.

⁸ Paksoy, a.g.m., s. 205-206.

Osmanlı topraklarında yaptıkları kazılar ve eski eserleri yurt dışına çıkarmaları etkili olmuştur. 1863'ten itibaren İngiliz arkeolog John Turtle Wood'a Efes ve çevresinde araştırma yapma izni verilmiş, ancak çıkardığı eserlerin önemli bir bölümünü demiryolu aracılığıyla İngiltere'ye gönderdiği anlaşılmıştır. Mevcut uygulamaya göre çift bulunan eserlerden birinin Osmanlı müzesine bırakılması gerekirken, bu kuralın uygulanmadığı görülmüştür. Aydın Valisi İsmail Paşa, yabancıların geniş ölçekte eski eserleri ülkeden çıkardığını belirterek kazıların denetlenmesi, kazılarda bir devlet memurunun bulundurulması ve elde edilen eserlerin daha büyük bir bölümünün Osmanlı Devleti'ne bırakılması gibi önerilerde bulunmuştur. Konunun Şûrâ-yı Devlet'te ele alınmasıyla, mevcut uygulamanın Osmanlı topraklarındaki eski eserleri korumakta yetersiz kaldığı sonucuna varılmıştır. Avrupa müzelerinin Osmanlı topraklarından götürülen eserlerle zenginleşmesine karşılık İstanbul'da henüz yeterli bir müzenin bulunmaması da önemli bir sorun olarak değerlendirilmiştir. Bunun üzerine yabancıların ve yerli araştırmacıların izinsiz kazı yapmalarının engellenmesi, eski eserlerin yurt dışına çıkarılmasının sınırlandırılması ve devlet tarafından sistemli kazılar yapılması yönünde yeni bir düzenleme hazırlanması kararlaştırılmıştır.⁹

5 Ocak 1869 tarihli Heyet-i Umûmiyye kararı, daha sonra yayımlanacak nizamnamenin temel hükümlerini büyük ölçüde belirlemiştir. Buna göre eski eser araştırmaları için Maarif Nezareti'nden izin alınması, çıkarılan eserlerin yurt dışına götürülmemesi, özel mülkte bulunan eski eserlerin mülk sahibine ait olması, yüzeyde bulunan eski eserlerin sökülmesinin ve tahrip edilmesinin yasaklanması ve bu kurallara aykırı davranışların cezalandırılması öngörülmüştür. Ayrıca devletin ihtiyaç duyduğu eserlerin araştırılması, toplanması ve korunması için bütçe ayrılması ve Cebehane'de bulunan eserlerin yeni elde edilecek eserlerle birlikte korunarak buranın umumi müze olarak kullanılması planlanmıştır. Padişah tarafından da onaylanan bu düzenlemeler doğrultusunda hazırlanan Âsâr-ı Atika Nizamnamesi, 13 Şubat 1869'da Takvim-i Vekayi'de yayımlanmıştır. Nizamnamenin girişinde eski eserlerin Osmanlı topraklarında çokluğu ve bunların korunmasının önemi vurgulanmış; daha önce uygulanan, çift bulunan eserlerden birinin Devlet-i Aliyye'ye bırakılması esasına dayalı sistemin yetersiz kaldığı belirtilmiştir. Yeni düzenlemeyle eski eser araştırmaları yazılı kurallara bağlanmış, müzenin düzenlenmesi, eserlerin kayıt ve teşhir edilmesi ile kazı ve araştırma izinlerinin verilmesi Maarif Nezareti'nin sorumluluğuna bırakılmıştır. Böylece 1869 Nizamnamesi, Osmanlı Devleti'nde

⁹ Hüseyin Karaduman, "Belgelerle İlk Türk Âsâr-ı Atika Nizamnâmesi", *Belgeler*, c. 25, S. 29 (Ocak 2005), s. 76-77.

eski eserlerin korunması, kazıların denetlenmesi ve müzeciliğin devlet tarafından kurumsal olarak düzenlenmesi açısından önemli olmuştur.¹⁰

Aya İrini'deki müzeye dönecek olursak, burada toplanan eserler, Mecma-ı Esliha-i Atıka ve Mecma-ı Âsâr-ı Atıka adıyla iki ayrı bölüm hâlinde düzenlenmişti. Böylece Aya İrini, yalnızca askerî malzemelerin muhafaza edildiği bir mekân olmaktan çıkarak eski eserlerin de bir araya getirildiği bir koleksiyon alanına dönüşmüştür. Sadrazam Âli Paşa döneminde, Maarif Nâzırı Saffet Paşa'nın emriyle bu koleksiyonların 1869 yılında ziyarete açılması, Osmanlı Devleti'nde müzeciliğin kurumsallaşması açısından önemli bir aşama olmuştur.¹¹

Müze-i Hümâyûn'un adı verilen bu müzenin kuruluşundaki temel amaçlardan biri, Osmanlı topraklarında yapılan arkeolojik kazılarda ortaya çıkarılan eserlerin Avrupalı araştırmacılar tarafından yurt dışına götürülmesini engellemektir. Müzenin kuruluş tarihi konusunda farklı görüşler bulunmakla birlikte, Maarif Nâzırı Saffet Paşa'nın 28 Haziran 1869 tarihli tezkiresi, müzenin kuruluş amacı ve teşkilatlanma sürecini ortaya koyan önemli bir resmî belgedir. Saffet Paşa, Avrupa'daki örneklerle benzer bir müze kurulması gerektiğini belirterek, imparatorluk topraklarında yapılan kazılarda ortaya çıkan eski eserlerin İstanbul'a getirilip korunacağı ve mevcut koleksiyonun düzenleneceği bir müzehâneye duyulan ihtiyacı vurgulamıştır.¹²

Müze-i Hümâyûn'un düzenlenmesi amacıyla İngiliz asıllı Edward Goold müdür olarak görevlendirilmiştir. Goold'un iki buçuk yıllık görev süresinin ardından Avusturyalı Terenzio ve Dr. Philipp Anton Dethier müzenin gelişiminde önemli roller üstlenmişlerdir. Özellikle Dethier döneminde Müze-i Hümâyûn, yalnızca eski eserlerin muhafaza edildiği bir depo olmaktan çıkarılarak daha düzenli ve kurumsal bir yapıya kavuşturulmuştur. Eserlerin sayısı artırılmış, envanter çalışmaları başlatılmış, müze içi işleyişin kayıt altına alınması sağlanmış ve imparatorluğun farklı bölgelerinde yapılan yabancı kazıların denetlenmesi amacıyla kazı komiserleri görevlendirilmiştir. Dethier, müzecilik alanında eğitim verecek bir müze mektebi kurulmasını da gündeme getirmiştir. Böylece Müze-i Hümâyûn'un yalnızca eserlerin toplandığı bir mekân olmaktan çıkarak koruma, envanter, denetim ve eğitim gibi işlevleri bulunan kurumsal bir yapıya dönüşmesinin temelleri atılmıştır.¹³

Bu dönemde Alman amatör arkeolog Heinrich Schliemann'ın Nisan 1870'te izinsiz, ardından izin alarak Çanakkale/Hisarlık (Troya) bölgesinde yürüttüğü

¹⁰ Karaduman, a.g.m., s. 78-80.

¹¹ Eyice, a.g.m., s. 241.

¹² Sevgi Ağca Diker, "Müze-i Hümâyûn ve Teşkilatı", *Türk Kültürü Araştırmaları Dergisi*, S. 51 (İstanbul, 2024), s. 119.

¹³ Ağca Diker, a.g.m., s. 120-124.

kazılarda bulduğu "Priamos Hazinesini" 1873'te yasa dışı yollarla yurt dışına kaçırmayı Osmanlı yönetiminde şaşkınlığa yol açmış ve sert bir tepkiyle karşılanmıştır. Bunun üzerine Schliemann'ın kazı izni iptal edilerek 1878'e kadar Troya'da çalışması yasaklanmıştır.¹⁴

Schliemann ise, Troya'da kazı yapacağı arazinin Saffet Paşa tarafından satın alınmasının ardından, bulacağı eserlerin tamamını devlete vermek zorunda olduğunu belirtmiş, daha sonra kendisine eserlerin yarısını alma ve bu payı yurt dışına çıkarma hakkı tanındığını, ancak Nisan 1872'de bu hakkın bir bakanlık kararıyla kaldırıldığını aktarmıştır. Schliemann'ın anlatısının bazı yönlerinin abartılı olduğu düşünülmekle birlikte, olayda 1869 Nizamnâmesi'nin özellikle 2. maddesinin uygulandığı görülmektedir. Buna göre söz konusu arazi Müze-i Hümayun adına satın alınmış ve böylece kazıdan elde edilecek eserler üzerindeki devlet hakkı güvence altına alınmıştır. Ayrıca Schliemann, kendisine bırakılan payla yetinmemiş ve 1873'te ortaya çıkardığı Priamos Hazinesi'nin tamamını Osmanlı toprakları dışına çıkarmıştır. 1869 tarihli Âsâr-ı Atîka Nizamnâmesi genel olarak değerlendirildiğinde, ayrıntılı ve kapsamlı bir hukuk metni olmaktan ziyade, eski eserlerin korunmasına yönelik ilk ve sınırlı düzenlemelerden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Nizamnamenin temel amacı, Osmanlı topraklarından eski eserlerin yurt dışına çıkarılmasını önlemek ve İstanbul'daki müzeyi geliştirmektir. Ancak sikkeler için getirilen istisna ve padişahın özel izniyle eserlerin dışarı çıkarılabilmesi, bu koruma anlayışını sınırlamıştır. Ayrıca kazılarda bulunan eserlerin mülkiyetinin arazi sahibi ile kazı iznine sahip kişiye bırakılması, düzenlemenin özel mülkiyete dayalı niteliğini göstermektedir. Devlet ise eserleri satın almada öncelik hakkına sahip olmuş ve uzmanlar aracılığıyla kazılar yaptırarak müze koleksiyonunu zenginleştirmeyi amaçlamıştır. Bununla birlikte, dönemin Osmanlı Devleti'nin ekonomik ve siyasal koşulları dikkate alındığında, eski eserlerin korunması ve devlet müzesi oluşturulmasına yönelik bu girişim önemli bir başlangıç niteliğindedir. Ancak yabancı devletlerin baskıları sonucunda Müze Müdürü Phlipp Anton Dethier tarafından hazırlanan 1874 tarihli yeni Âsâr-ı Atîka Nizamnâmesi ile eserlerin devlet, arazi sahibi ve kazı yapan kişi arasında üçte bir oranında paylaşılmasını öngören bir sistem getirilmiştir. Kazı yapan kişiye ayrılan payın yurt dışına çıkarılabilmesi ise eserlerin ülke dışına taşınmasını yeniden mümkün kılmıştır.¹⁵

Nizamname öncesi benzer durumlar Bergama'da da yaşanmıştır. Ancak burada bazı istisnalar da gerçekleşmiştir. Bergama antik kentindeki arkeolojik zenginliğin Avrupa'nın dikkatini çekmesi, Alman mühendis Carl Humann'ın 1865

¹⁴ Göksel Sazcı, "Heinrich Schliemann'ın Gözüyle Troia Tabakaları", *Belkıs Dinçol ve Ali Dinçol'a Armağan*, haz. Metin Alparslan, Meltem Doğan-Alparslan ve Hasan Peker (İstanbul: Ege Yayınları, 2007), s. 685.

¹⁵ Karaduman, a.g.m., s.82-83.

yılında Fuad Paşa'nın emriyle İzmir-Aydın yol çalışmaları için bölgeye gelmesiyle başlamıştır. Humann, Bergama-Dikili arasındaki yol yapımı sırasında antik kalıntılardan kalma mermer blokların kireç ocaklarına taşınarak yok edildiğini görmüş, bu durumdan cesaret alarak 1866'da herhangi bir resmi izin almaksızın kendi başına kazılara girişmiştir. Bu ilk dönemde Akropol'de bulunduğu heykel parçalarını Berlin'e göndererek Prusya Kraliyet Müzesi'nin ilgisini çekmeyi başarmış, ardından İstanbul'da tanıştığı Prof. Ernst Curtius'u Bergama'ya davet ederek Alman bilim çevrelerinin desteğini sağlamıştır. Böylece izinsiz başlayan bu faaliyetler, zamanla resmi bir kazı sürecine dönüşmüştür. Almanya'ya ilk resmi kazı izni 1870'de verilmiştir. 1874 yılında Alman Hükümeti Dr. Herzfeld'i Bergama ve çevresinde kazı yapması için göndermek istemiş, ancak kazı yapılacak yerler devlet arazisi olduğundan Osmanlı Devleti buna müsaade etmemiştir. Başka bir izin Humann için de istenmiştir. Ancak 1877'de İzmir'e taşınan Humann'ın evini adeta bir eski eser deposu olarak kullanıp izinsiz olarak Berlin'e eser gönderdiği bilinmektedir. 1878'de resmi iznin ardından kazılar hız kazanmış, aynı yıl içinde Zeus Sunağı'na ait devasa boyutlu kabartmalar, Telephos frizi parçaları, çok sayıda heykel, yazıt ve mimari eleman gün yüzüne çıkarılmıştır. Nizamnameye göre bu buluntuların ancak üçte biri Almanya'ya bırakılabilecekken, Almanlar frizlerin bütünlüğünün bozulmaması gerekçesiyle eserlerin tamamını talep etmiştir. Kazı ruhsatının süresinin dolmak üzere olmasından da yararlanan Alman tarafı, dört aylık ek süre ve Osmanlı'ya düşen üçte iki hisse karşılığında 20.000 Frank teklif etmiş, bu meblağın gerçek değerinin çok altında olduğu bilinmesine rağmen, II. Abdülhamid siyasi ilişkilerin zedelenmemesi kaygısıyla 19 Ağustos 1879'da bu talebi "müsaade-i mahsusa" (özel izin) olduğunu vurgulayan bir fermanla kabul etmiştir. 1880-1881 döneminde benzer bir süreç tekrarlanmış, kalan parçaların da Almanya'ya bırakılması için aynı yöntem izlenerek 29 Temmuz 1881'de padişah onayı alınmıştır. Sonuçta Zeus Sunağı'nın tamamı, üzerinde önemli miktarda mimari ve heykeltıraşlık eseri de bulunan ilk sevkiyatın ardından, toplamda yaklaşık 40.000 Frank karşılığında Berlin'e taşınmıştır. Bu meblağın düşüklüğü, Osmanlı Devleti'nin 1878 Berlin Kongresi sonrasında içine girdiği ağır mali bunalımla doğrudan ilişkilendirilmektedir. Devlet hem parasal ihtiyaç hem de Almanya ile ilişkileri bozmama kaygısıyla nizamname hükümlerinin dışına çıkan bir tavizi kabul etmek durumunda kalmıştır.¹⁶

Asıl kurumsal dönüşüm, Dethier'in 1881'deki ölümünün ardından aynı yıl Osman Hamdi Bey'in Müze-i Hümayun müdürlüğüne getirilmesiyle yaşanmıştır. Osman Hamdi Bey'in müze müdürlüğüne atanması, hem Müze-i Hümayûn'un

¹⁶ Zafer Atar ve Asuman Karabulut, "Bergama'nın Arkeolojik Önemi ve Almanların Bu Sahadaki Arkeolojik Çalışmaları", *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 16, S. 1 (Mart 2018), s. 126-132.

gelişiminde hem de eski eserlerin korunmasında yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Osman Hamdi Bey, müzenin teşkilat yapısını ve işleyişini düzenleyen yeni nizamnameler hazırlayarak kurumsallaşma sürecini ileri bir aşamaya taşımıştır.

Osman Hamdi Bey, göreve başlamasının ardından öncelikle Çinili Köşk'ün onarımıyla ilgilenmiş ve önceki onarımlarda sıva altında kalan çinileri yeniden ortaya çıkarmıştır. 1882'de yeni bir müze binasının inşası için çalışmalara başlamış, türlü zorluklardan sonra yeni binanın açılışı 13 Haziran 1891'de yapılmıştır. Lahidler ve mezar istelleri konulduğu için yeni bina "Lahidler Müzesi" olarak anılmaya başlanmıştı. Müze-i Hümayun müdürü olarak birçok kazı yaptıran Osman Hamdi Bey, çıkan eserleri müzeye getirtmekteydi. Getirilen eserler dolayısıyla yeni bir bina gerektiği için çalışmalara başlanmış ve ikinci dairenin açılışı 7 Kasım 1903'te yapılmıştı. Üçüncü dairenin inşaatı ise 1907 yılı nisanında tamamlanmıştır.¹⁷

Çinili Köşk'ün onarımının ardından Sanâyi-i Nefise Mektebi için yeni bir bina inşa ettiren Osman Hamdi Bey, yurt dışında eğitim görmüş ve figür geleneğine hâkim yabancı asıllı öğretmenlerden bir eğitim kadrosu oluşturmuştur. Böylece figür resmi ve heykel eğitimi Osmanlı sanat eğitimine dâhil edilmiş, mektepte açılan oymacılık bölümüyle heykel sanatının eğitimi de başlatılmıştır. 1883'te eğitime başlayan Sanâyi-i Nefise Mektebi'nin müdürlüğünü 1882-1910 yılları arasında sürdürmüştür.¹⁸

Osman Hamdi Bey'in sanat eğitimi alanındaki bu girişimleri, eski eserlerin korunmasına yönelik çabalarından bağımsız değildi. Nitekim eğitim alanındaki bu atılımların hemen ardından, eski eser korumasına yönelik hukuki çerçeve de en kapsamlı hâline kavuşacaktır.

Eski eserlerin sürekli yurt dışına kaçırılmasından rahatsız olan Osman Hamdi Bey, 1884'te önceki düzenlemelere göre çok daha sert hükümler içeren yeni bir Âsar-ı Atika Nizamnamesi'nin yayımlanmasını sağlamıştır. Bu nizamnameye göre kazı yapan araştırmacılara buldukları eserlerin yalnızca birer kopyası verilecek, asılları ise Müze-i Hümayun'a gönderilecekti; kazı izni de ancak bu şartla verilebilecekti. Ayrıca araştırmacıların kazı öncesinde alan haritası çıkarması zorunlu kılınarak denetim mekanizması güçlendirilmiş, yabancı heyetlerin özellikle askeri bölgelerin izinsiz fotoğraflanmasını önlemek amacıyla yanlarına jandarma ve zabıta memurları verilmiştir. Ne var ki alınan bu sıkı önlemler dahi eser kaçırılmasını tümüyle durduramamıştır. 1886 yılında Osman

¹⁷ Mustafa Cezar, *Sanatta Batıya Açılış ve Osman Hamdi Bey* (İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1971), s. 192, 202, 203, 204, 209.

¹⁸ Filiz Gündüz, "Osman Hamdi Bey", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, c. 33 (İstanbul: TDV İslâm Araştırmaları Merkezi, 2007), s. 468.

Hamdi Bey'in bizzat Bergama'yı ziyaret edip yaptığı değerlendirme sonucunda, elde kalan 1.917 parçalık bir eser topluluğunun Almanların daha önce götürdüğü büyük eserlerin alçı kopyaları karşılığında Berlin'e gönderilmesine onay verilmiştir. Söz konusu eserlerin önceki sevkiyatların "tamamlayıcı parçaları" olduğu gerekçesiyle Müze-i Hümayun için değer taşımadığı ileri sürülmüştür. Bu durum, Osmanlı Devleti'nin hukuki çerçevede eser kaçırılmasını önlemeye yönelik ciddi bir irade ortaya koyduğunu, ancak gerek mali zorluklar gerek büyük devletlerle siyasi ilişkileri koruma kaygısı ile bazen bu iradenin pratikte tam anlamıyla hayata geçirilemediğini ortaya koymaktadır.¹⁹

Osman Hamdi Bey'in vefatından sonra kardeşi Halil Ethem onun yerine müdür olmuştur. Halil Bey ise ömrünü eski eserlerin korunmasına adanmasıyla ünlenmiştir.

Müze-i Hümayun'dan başka Osmanlı Devleti'nde kurulan bir diğer müze Askeri Müzedir. 1846 yılında oluşturulan Mecnua-i Eslaha-i Atika, Askeri Müze'nin temelini oluşturmuş; arkeolojik eserlerin 1875'te Çinili Köşk'e taşınmasıyla askeri eserlerden ayrılmıştır. Arkeolojik koleksiyonlar zamanla gelişerek Arkeoloji Müzesi'ne dönüşürken, askeri eserler Aya İrini'de uzun süre işlevsiz durumda kalmış ve burası yeniden "Harbiye Ambarı" olarak anılmaya başlanmıştır. Sultan Abdülaziz döneminde Maçka'da yeni bir silahhanenin kurulması da Aya İrini'nin sergileme işlevinin geri plana itilmesine yol açmıştır. II. Abdülhamit döneminde Ferik Ahmet Muhtar Paşa'nın girişimleriyle Avrupa'daki örneklerle benzer bir askeri müze kurulması gündeme gelmiş, bir komisyon oluşturulmuş ve Maçka'da yeni bir müze binası için proje hazırlanmıştır. Ancak komisyonun dağıtılması ve II. Abdülhamit'in tahttan indirilmesi nedeniyle bu proje gerçekleştirilememiştir. II. Meşrutiyet'in ardından Mahmut Şevket Paşa'nın girişimiyle Aya İrini'deki askeri eserler yeniden düzenlenerek 1908'de "Eslaha-i Askeriye Müzesi" adıyla resmî bir müzeye dönüştürülmüş ve müdürlüğüne Ahmet Muhtar Paşa getirilmiştir. Müze daha sonra "Müze-i Askeri-i Osmanî" adını almıştır. Askeri Müze'nin ikinci kurucusu olarak kabul edilebilecek Ahmet Muhtar Paşa, 1923'e kadar sürdürdüğü müdürlüğü sırasında müzenin yeniden işlerlik kazanmasını sağlamıştır. Silah ve askeri eşyaların yanı sıra kütüphane ve arşiv oluşturan Ahmet Muhtar Paşa, atış poligonu ve dönemin diğer müzelerinde bulunmayan Müze-i Askeri Sineması gibi birimler kurmuş; ayrıca Mehterhane-i Hakani ve Yeniçeri ve Asakir-i Kadime-i Osmaniye Müfrezesi gibi uygulamalarla müzenin ziyaretçi çekmesini ve gelir elde etmesini amaçlamıştır. II. Dünya Savaşı sırasında olası işgal tehlikesine karşı müze koleksiyonlarının önemli bir bölümü Ankara'ya, ardından

¹⁹ Atar ve Karabulut, a.g.m., s. 134-140.

Niğde'ye taşınmış ve 1949'a kadar orada tutulmuştur. Bu süreçte müze faaliyetleri büyük ölçüde durmuş, savaş sonrasında eserler İstanbul'a getirilerek önce Maçka Kışlası'na, 1955'te ise Harp Okulu binasının jimnastik salonuna taşınmıştır. Sergileme çalışmaları 1959'da tamamlanarak müze yeniden ziyarete açılmıştır. Alan yetersizliği nedeniyle tarihi Harbiye Kışlası'nın müzeye tahsis edilmesi üzerine 1967'de başlayan onarımlar tamamlanmış ve yapı 10 Şubat 1993'te Askeri Müze olarak halka açılmıştır.²⁰

Askeri Müzeden başka İslam eserleri için de Osmanlı Devleti'nde bir müze kurulmuştur. Evkaf-ı İslamiye Müzesi'nin Osmanlı müzecilik tarihi içerisinde kendine özgü bir konuma sahip olduğu görülmektedir. Ülkede arkeoloji ve eski eser bilincinin gelişmeye başlamasına ve eski eserler ile silahların 1846 yılında düzenlenmesine rağmen, vakıf eserlerini bir müze çatısı altında toplama girişimi yaklaşık yarım asır sonra gerçekleşebilmiştir. Bu gecikmenin temel nedenlerinden biri, vakıf eserlerinin müzeleştirilmesi düşüncesinin dönemin şartları içerisinde köklü bir anlayış değişikliğini gerektirmesidir.²¹

XIX. yüzyılın son çeyreğinde kazılardan elde edilen antik eserlerin müzeye gönderilmesi devam ederken, İslam dönemine ait çok sayıda eserin de müze koleksiyonuna dâhil edildiği görülmektedir. İslam eserlerinin sayısındaki artış, bu eserlerin ayrı bir bölümde toplanarak sergilenmesi düşüncesini gündeme getirmiştir. 1894'te Müze-i Hümayun bünyesinde “Sanayi-i Atıka-i İslâmiyye” için özel bir şube kurulması önerilmiş, ardından Çinili Köşk İslam Eserleri Bölümü olarak düzenlenmiştir. Bu düşüncenin gelişmesinde, İslami eserlerin de antika olarak görülmeye başlanması ve vakıf binaları, camiler, tekkeler ve türbelerde bulunan eserlerin çalınarak yurt dışına çıkarılması etkili olmuştur. Evkaf-ı İslâmiyye Müzesi kurulması teşebbüsleri fiilen 1910'da başlamıştır. Uzun süren hazırlıkların ardından, Türk ve İslam eserlerinden oluşan 1.225 parçalık koleksiyona sahip Evkaf-ı İslâmiyye Müzesi, 27 Nisan 1914 tarihinde Süleymaniye Camii'nin imarethanesinde ziyarete açılmıştır. I. Dünya Savaşı'nın sonlarına doğru Osmanlı Devleti'nin kaybetme riski taşıdığı bölgelerde bulunan tarihî eserlerin İstanbul'a getirilmesine yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu kapsamda, 1917 yılında Şam'daki Emevi Camii'nde bulunan bazı eserler Evkaf-ı İslâmiyye Müzesi'ne gönderilmiştir. Savaşın ağır şartlarına ve yenilginin yaklaşmasına rağmen Evkaf-ı İslâmiyye Müzesi'nin koleksiyonunu koruma ve genişletme yönündeki bu çabalar, müzenin II. Meşrutiyet döneminde ortaya çıkan

²⁰ Mehmet Şahin, *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Müzecilik (1846-1938)* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, Ankara, 2019), s. 115-119.

²¹ Şahin, a.g.t., s.119.

politik ve kültürel anlayışın önemli kurumlarından biri olarak görüldüğünü göstermektedir.²²

Kuruluşunda Evkaf-ı Hümâyün Nezareti'ne bağlı olan müze, 3 Haziran 1925 tarihinde idari olarak İstanbul Müzeleri Müdürlüğüne bağlanmış ve adı Türk-İslam Eserleri Müzesi olarak değiştirilmiştir. Daha sonra Topkapı Sarayı Müzesi'nin bir şubesi hâline gelen müzenin koleksiyonları, II. Dünya Savaşı sırasında güvenlik amacıyla yeniden Anadolu'ya taşınmıştır. Yaklaşık on yıl kapalı kalan müze, 1 Kasım 1949'da yeniden ziyarete açılmıştır. 1964 yılında Eski Eserler ve Müzeler Genel Müdürlüğü ile yapılan çalışmalar sonucunda bağımsız bir müze statüsüne kavuşmuş ve 1983 yılında bugünkü binasına taşınmıştır.²³

19. yüzyılın ikinci yarısında Osmanlı Devleti'nde gelişmeye başlayan kültürel miras politikaları, yalnızca iç dinamiklerin değil, Avrupa'daki müzecilik ve arkeoloji alanındaki gelişmelerin de etkisiyle şekillenmiştir. Bu süreçte kültürel varlıkların korunması, idari bir mesele olmanın ötesinde, Osmanlı Devleti'nin uluslararası alandaki prestiji ve kültürel mirası üzerindeki egemenliğinin korunması açısından da önem kazanmıştır. Bu doğrultuda hazırlanan hukuki düzenlemeler, devletin kültürel varlıklar üzerindeki haklarını belirleme ve güvence altına alma çabasını yansıtmaktadır. Bununla birlikte, mevzuatın uygulamaya geçirilmesinde özellikle taşrada yaşanan denetim sorunları nedeniyle çeşitli güçlüklerle karşılaşmış ve eser kaçakçılığı tamamen önlenememiştir. Yine de kazı izinlerinin düzenlenmesi, eserlerin kayıt ve envanterlerinin oluşturulması ve müze koleksiyonlarının sistemli biçimde düzenlenmesi, Osmanlı Devleti'nde modern kültürel miras koruma anlayışının kurumsallaşmasına önemli katkı sağlamıştır. Bu gelişmeler, sonraki yıllarda daha kapsamlı düzenlemelerin hazırlanmasına ve kültürel mirasın devlet politikası olarak benimsenmesine zemin hazırlamıştır.²⁴

Sonuç

Makalede ele alınan üç kurumun (Müze-i Hümâyün, Askeri Müze ve Evkaf-ı İslâmiyye Müzesi) kuruluş süreçleri ve yapılan hukuki düzenlemeler bir arada değerlendirildiğinde, Osmanlı müzeciliğinin Avrupa'daki emsallerinden farklı bir tarihsel mantıkla şekillendiği görülmektedir.

²² Mustafa Göleç, "Siyaset, İdeoloji ve Müzecilik: II. Meşrutiyet'te Evkaf-ı İslâmiyye Müzesi", *Türk Kültürü İncelemeleri Dergisi*, S. 30 (İstanbul, 2014), s. 147, 148, 153, 155, 156.

²³ Şahin, a.g.t., s. 126

²⁴ Ali Cantürk, "Asâr-ı Atika Nizamnâmesi Bağlamında Türkiye'de Kültürel Miras Mevzuatının Tarihsel Gelişimi ve Dönüşümü", *International University Museums Association Platform Journal of Cultural Heritage (UNIMUSEUM)*, C. 9, S. 1 (İstanbul, 2026), s. 33.

Sultan III. Selim'in 1807'de Fransız elçi Sebastiani'ye Topkapı Sarayı'ndaki Bizans eserlerini özel izinle gösterdirmesi örneğinde olduğu gibi, eski eserlere erişim hem hükümdar tarafından titizlikle denetlenmekte hem de bu eserler aynı zamanda diplomatik jest ve imtiyaz aracı olarak da görülmekteydi. Bu erken dönem uygulama, kurumsallaşmamış olsa da, müzecilik ile diplomasi arasındaki ilişkinin Osmanlı bağlamında XIX. yüzyıl başlarına kadar uzandığını göstermesi bakımından dikkat çekicidir. 19. Yüzyılın ikinci yarısından sonra yabancıların gerek iznli gerek izinsiz eski eserleri yurt dışına kaçırmaları 1869 ve 1874 Nizamnamelerinin yapılmasına yol açmıştı. 1884 Âsâr-ı Atika Nizamnâmesi'ne uzanan süreç ise bu ilişkiyi hukuki bir çerçeveye oturtarak eski eserleri "millî" mülkiyet kapsamına almış ve yurt dışına çıkarılmalarını yasaklamıştır. Bu yönüyle Osmanlı mevzuatı, dönemin Avrupa devletlerinde eser ihracını sınırlayan benzer düzenlemelerin çağdaşı olmakla birlikte, motivasyonu bakımından onlardan ayrılmaktadır. Avrupa'daki düzenlemeler büyük ölçüde kendi sınırları içindeki eserleri korumayı amaçlarken, Osmanlı nizamnameleri hem kendi eserlerini korumayı hem de yabancı kazı heyetlerinin faaliyetlerini devlet denetimine almayı hedeflemiştir. 19. Yüzyılda Osmanlı Devletinden götürülen eserlerin tamamı geri alınamasa da Cumhuriyet kurulduğundan beri bu kapsamda faaliyetler devam etmektedir.

Nitekim makalede ayrıntılandırılan somut vakalar bu genel tabloyu doğrulamaktadır. Heinrich Schliemann'ın Troya'da bulduğu Priamos Hazinesi'ni 1873'te yasa dışı yollarla yurt dışına çıkarması ve Alman heyetlerinin 1878-1881 yılları arasında Bergama'daki Zeus Sunağı'nı önce nizamnamenin öngördüğü üçte bir payın ötesinde, ardından bütünüyle Osmanlı topraklarından götürmesi, mevcut hukuki düzenlemelere rağmen devletin mali darboğazlar ve büyük güçlerle ilişkileri koruma kaygısı karşısında sık sık taviz vermek zorunda kaldığını göstermektedir. Buna karşılık, Theodor Wiegand'ın Bergama Müzesi'ne taşıdığı Milet Agora Güney Kapısı, British Museum'un envanterine giren Efes, Halikarnas ve Xanthos eserleri ile Louvre ve Viyana'daki Anadolu kökenli koleksiyonlar, aynı dönemde Avrupa müzeciliğinin büyük ölçüde bu tür transferler üzerinden zenginleştiğini ortaya koymaktadır. Bu bakımdan 1869, 1874 ve 1884 Nizamnameleri, yetersizliklerine rağmen, Osmanlı Devleti'nin bu asimetrik ilişkiye karşı geliştirdiği somut bir hukuki karşı duruşu temsil etmektedir.

Bu hukuki mirasın Cumhuriyet dönemindeki seyri de bir kopuştan çok bir sürekliliğe işaret etmektedir. Osmanlı'dan devralınan Âsâr-ı Atika Nizamnâmeleri 1973 yılına kadar yürürlükte kalmış; bu tarihte yürürlüğe giren 1710 sayılı Eski Eserler Kanunu, kazı buluntularının devlet-kazıcı-arazi sahibi arasında paylaşılmasını öngören sistemi tamamen kaldırarak mülkiyeti doğrudan

devlete bağlamış ve tescil zorunluluğu getirmiştir. 1983 tarihli 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu ise koruma anlayışını yalnızca “eski eser” kavramından çıkarıp kültür ve tabiat varlıklarını bütüncül bir çerçevede ele alarak bugünkü mevzuatın temelini oluşturmuştur.²⁵ Böylece Osman Hamdi Bey’in 1884’te kurduğu ilke, eserin mülkiyetinin ve denetiminin devlette olması, büyük ölçüde günümüz mevzuatında da yaşamaya devam etmektedir.

²⁵ Cantürk, a.g.m., s. 34-36.

Kaynakça

- Ağca Diker, Sevgi. "Müze-i Hümayûn ve Teşkilatı". *Türk Kültürü Araştırmaları Dergisi*, S. 51, İstanbul, 2024, 113-154.
- Atar, Zafer ve Asuman Karabulut. "Bergama'nın Arkeolojik Önemi ve Almanların Bu Sahadaki Arkeolojik Çalışmaları". *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 16, S. 1, Mart 2018, 123-150.
- Cantürk, Ali. "Asâr-ı Atîka Nizamnâmesi Bağlamında Türkiye'de Kültürel Miras Mevzuatının Tarihsel Gelişimi ve Dönüşümü". *International University Museums Association Platform Journal of Cultural Heritage (UNIMUSEUM)*, C. 9, S. 1, İstanbul, 2026, 28-37.
- Cezar, Mustafa. *Sanatta Batıya Açılış ve Osman Hamdi Bey*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1971.
- Eyice, Semavi. "Müze". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. C. 32. İstanbul: TDV İslâm Araştırmaları Merkezi, 2006, 240-243.
- Freeman's Journal*, "Revolution in Constantinople", 7 Ağustos 1807, s. 4.
- Göleç, Mustafa. "Siyaset, İdeoloji ve Müzecilik: II. Meşrutiyet'te Evkaf-ı İslâmiyye Müzesi". *Türk Kültürü İncelemeleri Dergisi*, S. 30, İstanbul, 2014, 141-160.
- Gündüz, Filiz. "Osman Hamdi Bey". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. C. 33. İstanbul: TDV İslâm Araştırmaları Merkezi, 2007, 468-469.
- Karaduman, Hüseyin. "Belgelerle İlk Türk Âsâr-ı Atîka Nizamnâmesi". *Belgeler*, C. 25, S. 29, Ocak 2005, 73-104.
- Özmenekşe, Yasin Oğuz ve Sevcan Yıldız. "Türkiye'den Kaçırılan Kültürel Miras: Türkiye'ye İadesi Sağlananlar". *ISARC 2. Mediterranean Scientific Research and Innovation Congress*. KKTC-Girne, 30-31 Temmuz 2022, 701-717.
- Paksoy, İsmail Günay. "Bazı Belgeler Işığında Osmanlı Devleti'nin Kültür Mirası Politikası Üzerine Düşünceler". *Osman Hamdi Bey ve Dönemi: Kongre Kitabı*. Ed. R. Zeynep. İstanbul, 17-18 Aralık 1992, 201-221.
- Paksoy, İsmail Günay. "Bazı Belgeler Işığında Osmanlı Devleti'nin Kültür Mirası Politikası Üzerine Düşünceler". *Osman Hamdi Bey ve Dönemi: Kongre Kitabı*. Ed. R. Zeynep. İstanbul, 17-18 Aralık 1992, 201-221.
- Sazcı, Göksel. "Heinrich Schliemann'ın Gözüyle Troia Tabakaları". *Belkıs Dinçol ve Ali Dinçol'a Armağan*. Haz. Metin Alparslan, Meltem Doğan-Alparslan ve Hasan Peker. İstanbul: Ege Yayınları, 2007, 685-705.
- Şahin, Mehmet. *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Müzecilik (1846-1938)*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, Ankara, 2019.

Yücel, Erdem. "Müze". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. C. 32. İstanbul: TDV İslâm Araştırmaları Merkezi, 2006, 240-243.
<https://en.wikipedia.org/wiki/Louvre> "Louvre", Encyclopædia Britannica;
<https://www.britannica.com/topic/Louvre-Museum> (Erişim Tarihi: 17 Eylül 2026).

11. Bölüm

Üretken Yapay Zekânın Finans Sektörüne Olası Etkileri

Naci YILMAZ¹

1.Giriş

Finans sektörü, bilgi işlem teknolojilerindeki gelişmelere hızlıca uyum sağlayan sektörlerden biridir. İnternet bankacılığı, mobil ödeme sistemleri ve blok zincir teknolojileri, son 25 yılda finansal hizmetlerin arzını önemli ölçüde değiştirmiştir. Artık bu değişimin merkezinde üretken yapay zekâ (ÜYZ) yer almaktadır. Özellikle 2022 yılı sonrasında büyük dil modellerinin yaygınlaşmasıyla birlikte ÜYZ, yalnızca teknik bir yenilik değil; finansal kurumların rekabet stratejilerini, organizasyon yapılarını ve müşteri ilişkilerini değiştiren stratejik bir teknoloji hâline gelmiştir (Brynjolfsson, Li, & Raymond, 2023).

Klasik yapay zekâ sistemleri, belirli veri kümeleri üzerinde eğitilen ve sınırlı görevleri yerine getiren modellerden oluşurken, ÜYZ sistemleri; büyük hacimli metin, görüntü, ses ve yapılandırılmış veriler üzerinde eğitilerek yeni içerikler oluşturabilmekte, karmaşık belgeleri yorumlayabilmekte ve insan benzeri iletişim kurabilmektedir. Bu özellikler, finans sektöründe müşteri hizmetlerinden kredi analizine, yatırım araştırmalarından düzenleyici raporlamaya kadar pek çok sürecin yeniden yapılanmasını sağlayabilmiştir (OpenAI, 2023).

McKinsey & Company (2023), ÜYZ'nin global ekonomiye yıllık 2,6 ile 4,4 trilyon ABD doları arasında ek ekonomik değer katabildiğini; bu değerın büyük bir kısmının bankacılık, sigortacılık ve sermaye piyasalarında ortaya çıkacağını öngörmektedir. Ayrıca Stanford Üniversitesi'nce yayımlanan Artificial Intelligence Index Report 2024, finans sektörünün ÜYZ yatırımlarının en fazla olduğu sektörlerden biri olduğunu göstermektedir (Maslej et al., 2024).

ÜYZ'nin finans sektörü için en önemli faydası, yapılandırılmamış verileri analiz edebilme kapasitesidir. Finansal raporlar, şirket bilançoları, haber metinleri, sosyal medya içerikleri, düzenleyici belgeler ve müşteri yazışmaları gibi büyük hacimli metin tabanlı veriler, geçmişte çoğunlukla uzman insanlar tarafından değerlendirilmekte iken, büyük dil modelleri bu verileri sanayeler

¹ Doç. Dr., Doğuş Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, İstanbul, nyilmaz@dogus.edu.tr ORCID: 0000-0003-0107-6448.

içerisinde analiz ederek özetleyebilmekte, risk indikatörlerini belirleyebilmekte ve karar vericilere farklı senaryolar hazırlayabilmektedir (Cao, 2021).

Ancak finasta ÜYZ'nin kullanımı sadece operasyonel verimlilik açısından değerlendirilmemeli; etik sorumluluklar, veri gizliliği, algoritmik önyargı, model güvenilirliği ve yasal uyum gibi yeni sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Özellikle kredi tahsis süreçlerinde kullanılan ÜYZ'nin ayrımcılığa neden olmaması, yatırım tavsiyelerinde şeffaflığın sağlanması ve müşteri verilerinin korunması, finansal istikrar açısından kritik öneme sahiptir (Financial Stability Board, 2017).

Son zamanlarda OECD (2023; 2024), BIS (2024), IMF (2024) ve Avrupa Komisyonu (2024) tarafından yayımlanan raporlar, ÜYZ'nin finans sektöründe önemli fırsatlar sunduğunu; ancak güvenilir yönetim mekanizmaları oluşturulmadığı takdirde sistemik riskleri de artırabileceğini belirtmektedir. Bu yüzden, finansal kurumların yalnızca teknolojik yatırımlara odaklanmaları yeterli olmayıp; etik ilkeleri, şeffaflığı, siber güvenliği ve insan denetimini esas alan bütüncül bir yapay zekâ yönetim modeli de geliştirmeleri gereklidir.

Bu bölümün amacı, ÜYZ'nin finansal hizmet sektöründeki rolünü teorik ve uygulamalı boyutlarıyla değerlendirmek, mevcut literatürü sentezlemek ve gelecekte ortaya çıkabilecek fırsatlar ile riskleri bütüncül bir bakış açısıyla tartışmaktır. Böylece bölüm, hem akademik araştırmacılar hem de finans sektörü profesyonelleri için güncel bir başvuru kaynağı olmayı hedeflemektedir.

2. Üretken Yapay Zekânın Gelişimi ve Literatür

Yapay zekâ alanındaki gelişmeler incelendiğinde, ilk dönem çalışmaların ağırlıklı olarak uzman sistemler, kural tabanlı algoritmalar ve istatistiksel öğrenme yöntemleri üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak özellikle derin öğrenme tekniklerinin gelişmesi ve büyük veri altyapılarının yaygınlaşması, yapay zekâ araştırmalarında yeni bir dönemin başlangıcını oluşturmuştur. Bu dönüşümün en önemli sonucu ise ÜYZ (Generative AI) teknolojilerinin ortaya çıkmasıdır.

ÜYZ, yalnızca mevcut veriler üzerinde tahmin yapan veya sınıflandırma gerçekleştiren sistemlerden farklı olarak, eğitim sürecinde öğrendiği örüntülerden hareketle **yeni ve özgün içerikler üretebilen** yapay zekâ modellerini ifade etmektedir. Bu içerikler metin, görüntü, ses, video, yazılım kodu veya çok modlu çıktılar şeklinde olabilmektedir (Goodfellow, Bengio, & Courville, 2016). Bu yönüyle ÜYZ, finans sektöründe rapor hazırlama, yatırım analizi, müşteri iletişimi, sözleşme inceleme ve karar destek süreçlerinde geleneksel yapay zekâ uygulamalarının ötesine geçen bir dönüşüm potansiyeli sunmaktadır.

ÜYZ'nin gelişiminde dönüm noktalarından biri, **Transformer** mimarisinin geliştirilmesidir. Transformer tabanlı modeller, dikkat (attention) mekanizması sayesinde uzun metinler arasındaki bağlamsal ilişkileri etkili biçimde analiz edebilmekte ve doğal dile son derece yakın çıktılar üretebilmektedir. Bu mimari üzerine geliştirilen GPT, BERT, Llama ve benzeri büyük dil modelleri, finansal hizmetlerde karmaşık belgelerin yorumlanması ve doğal dil tabanlı karar destek sistemlerinin geliştirilmesinde yaygın olarak kullanılmaktadır (OpenAI, 2023).

ÜYZ'nin finans sektörü açısından önemini artıran temel özellikler; doğal dil anlama ve üretme kapasitesi, yapılandırılmamış verileri işleyebilmesi, öğrenme yeteneği, bağlamsal yorum yapabilmesi ve insan-makine etkileşimini güçlendirmesidir. Bu özellikler sayesinde finansal kurumlar, yalnızca otomasyonu artırmakla kalmamakta; aynı zamanda daha kişiselleştirilmiş hizmetler sunarak rekabet avantajı elde etmektedir.

ÜYZ uygulamalarının son yıllarda olağanüstü bir gelişim göstermesinde en önemli etkenlerden biri, Büyük Dil Modellerinin (BDM) geliştirilmesidir. Büyük dil modelleri, internet üzerindeki milyarlarca kelime ve belge üzerinde eğitilen, bağlamı anlayabilen ve insan diline oldukça yakın metinler üretebilen derin öğrenme modelleridir. Geleneksel doğal dil işleme uygulamaları önceden belirlenmiş kurallar veya sınırlı veri kümeleri üzerinden çalışırken, BDM'ler geniş ölçekli veri kümeleri üzerinde kendi dil temsillerini öğrenerek daha esnek ve yüksek doğrulukta sonuçlar üretebilmektedir (OpenAI, 2023).

BDM'lerin finans sektöründeki önemi, yalnızca doğal dilde metin üretme yeteneklerinden kaynaklanmamaktadır. Aynı zamanda bu modeller; finansal raporları analiz edebilmekte, şirket bilançolarını yorumlayabilmekte, düzenleyici metinleri özetleyebilmekte, yatırımcı sorularına bağlamsal yanıtlar verebilmekte ve finansal danışmanlık süreçlerinde karar vericilere destek sağlayabilmektedir. Bu özellikler, finans sektöründe bilgiye erişim süresini önemli ölçüde azaltırken karar alma süreçlerinin hızını ve etkinliğini artırmaktadır (Brynjolfsson, Li, & Raymond, 2023).

Günümüzde GPT, Gemini, Claude ve Llama gibi büyük dil modelleri finansal kurumların dijital dönüşüm stratejilerinde önemli yer tutmaktadır. Özellikle bankalar, yatırım şirketleri ve sigorta kuruluşları müşteri hizmetleri, sözleşme analizi, kredi değerlendirme ve iç raporlama süreçlerinde bu teknolojilerden yararlanmaktadır. Deloitte (2024) tarafından gerçekleştirilen araştırmalar, finans kuruluşlarının ÜYZ yatırımlarını hızla artırdığını ve önümüzdeki yıllarda bu yatırımların operasyonel verimlilik üzerinde önemli etkiler oluşturacağını göstermektedir.

Büyük dil modellerinin en önemli üstünlüklerinden biri, yapılandırılmamış verileri analiz edebilme kapasitesidir. Finansal kuruluşlarda üretilen verilerin

önemli bölümü metin tabanlıdır. Yönetim kurulu raporları, denetim raporları, şirket açıklamaları, müşteri e-postaları, sosyal medya içerikleri ve haber akışları gibi milyonlarca belge, klasik veri madenciliği yöntemleriyle etkin biçimde analiz edilememektedir. LLM tabanlı sistemler ise bu belgeleri anlamlandırarak karar vericilere özet bilgiler, risk göstergeleri ve stratejik öneriler sunabilmektedir (Maslej et al., 2024).

ÜYZ'nin temelini oluşturan en önemli teknolojik gelişme, Vaswani ve arkadaşları tarafından geliştirilen **Transformer mimarisidir**. Transformer modeli, önceki tekrarlayan sinir ağı (Recurrent Neural Network-RNN) ve uzun kısa süreli bellek (Long Short-Term Memory-LSTM) tabanlı modellerden farklı olarak dikkat (attention) mekanizmasını kullanmaktadır. Bu mekanizma, uzun metinlerde yer alan kavramlar arasındaki ilişkilerin daha doğru biçimde öğrenilmesini sağlamaktadır.

Transformer mimarisi sayesinde finansal belgelerin analizinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Örneğin yıllık faaliyet raporları, sürdürülebilirlik raporları, bağımsız denetim raporları ve yatırım analizleri binlerce sayfadan oluşabilmektedir. İnsan uzmanların bu belgeleri ayrıntılı biçimde incelemesi günler sürebilirken, Transformer tabanlı modeller aynı belgeleri birkaç dakika içerisinde analiz ederek özetleyebilmekte ve önemli risk göstergelerini belirleyebilmektedir.

Finansal metin analitiğinde Transformer modelleri, finansal duygu analizi, haber akışlarının yorumlanması, piyasa beklentilerinin belirlenmesi, sürdürülebilirlik raporlarının analizi, şirket risklerinin değerlendirilmesi, düzenleyici belgelerin sınıflandırılması, müşteri taleplerinin otomatik değerlendirilmesi vb. gibi alanlarda yoğun olarak kullanılmaktadır:

Özellikle sermaye piyasalarında yatırımcı davranışlarının önemli ölçüde haber akışlarından etkilendiği düşünüldüğünde, doğal dil işleme tabanlı Transformer modelleri yatırım kararlarında önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Bununla birlikte finansal metinlerin karmaşık terminolojisi ve düzenleyici belgelerin teknik yapısı, bu modellerin alan uzmanlığı ile desteklenmesini zorunlu kılmaktadır.

Finansal hizmet sektöründe ÜYZ'nin kullanımını açıklayan teorik yaklaşımlar farklı disiplinlerden beslenmektedir. Bunların başlıcaları Kaynak Tabanlı Görüş, Dinamik Yetenekler Teorisi, Teknoloji Kabul Modeli ve Bilgi İşleme Teorisi olarak özetlenebilir. Kaynak Tabanlı Görüşe göre işletmeler sürdürülebilir rekabet avantajını sahip oldukları değerli, nadir, taklit edilmesi zor ve örgüt tarafından etkin biçimde kullanılabilen kaynaklar sayesinde elde etmektedir. Günümüzde büyük veri altyapıları, gelişmiş algoritmalar ve ÜYZ modelleri finansal kuruluşlar açısından stratejik kaynak niteliği taşımaktadır. Bu nedenle

ÜYZ yalnızca operasyonel bir teknoloji değil, aynı zamanda rekabet avantajı sağlayan stratejik bir yetenek olarak değerlendirilmektedir. Dinamik Yetenekler Teorisi ise işletmelerin değişen çevre koşullarına uyum sağlayabilme kapasitesine odaklanmaktadır. Finans sektörü, düzenleyici değişiklikler, makroekonomik belirsizlikler ve teknolojik gelişmeler nedeniyle sürekli dönüşen bir yapıya sahiptir. ÜYZ sistemleri, büyük veri akışlarını gerçek zamanlı analiz ederek finansal kurumların çevresel değişimlere daha hızlı uyum sağlamasına yardımcı olmaktadır. Bilgi İşleme Teorisi açısından değerlendirildiğinde ise finansal kurumların temel işlevlerinden biri belirsizlik altında doğru bilgi üretmek ve bu bilgiyi karar alma süreçlerinde kullanmaktır. ÜYZ, milyonlarca belgeyi analiz ederek bilgi asimetrisini azaltmakta ve yöneticilerin karar kalitesini artırmaktadır. Böylece karar destek sistemlerinin yalnızca otomatikleştirilmesi değil, aynı zamanda stratejik düzeyde geliştirilmesi mümkün olmaktadır.

ÜYZ'nin finans sektöründeki gelişimi üç temel evrede incelenebilir. **Birinci Evre: Kural Tabanlı Sistemler (1980–2005):** Bu dönemde bankalar ağırlıklı olarak uzman sistemler ve kural tabanlı yazılımlar kullanmıştır. Kredi değerlendirme ve muhasebe süreçlerinde otomasyon sağlanmış; ancak sistemler öğrenme yeteneğine sahip olmamıştır. **İkinci Evre: Makine Öğrenmesi (2005–2022):** Büyük veri teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte makine öğrenmesi algoritmaları kredi skorlama, dolandırıcılık tespiti ve algoritmik işlemlerde yaygınlaşmıştır. Bu dönemde modeller geçmiş verilerden öğrenerek tahmin doğruluğunu artırmıştır. **Üçüncü Evre: ÜYZ (2022–Günümüz):** ChatGPT'nin kamuoyuna sunulmasıyla birlikte finansal kurumlar ÜYZ'yi müşteri hizmetleri, raporlama, yatırım analizi, düzenleyici uyum ve bilgi yönetimi süreçlerine entegre etmeye başlamıştır. Bu evrede sistemler yalnızca tahmin yapmakla kalmamakta; doğal dilde içerik üretmekte, alternatif senaryolar geliştirmekte ve insan uzmanlarla iş birliği içinde karar süreçlerini desteklemektedir.

Mevcut literatür incelendiğinde, ÜYZ'nin finansal hizmet sektöründe üç temel katkı sunduğu görülmektedir. Birincisi, operasyonel süreçlerin otomatikleştirilmesi sayesinde maliyetlerin düşürülmesi ve verimliliğin artırılmasıdır (Davenport & Ronanki, 2018). İkincisi, büyük dil modelleri aracılığıyla yapılandırılmamış verilerin etkin biçimde analiz edilmesi ve karar destek sistemlerinin güçlendirilmesidir (OpenAI, 2023; Maslej et al., 2024). Üçüncüsü ise müşteri deneyiminin kişiselleştirilmesi ve finansal hizmetlerin daha erişilebilir hâle gelmesidir (Brynjolfsson et al., 2023).

Bununla birlikte literatürde bazı önemli araştırma boşlukları bulunmaktadır. Mevcut çalışmaların önemli bir bölümü ÜYZ'nin teknik performansına odaklanırken, finansal istikrar üzerindeki uzun dönemli etkileri, sistemik risk oluşturma potansiyeli, algoritmik şeffaflık, hukuki sorumluluk ve etik yönetim

konuları henüz yeterince araştırılmamıştır. Ayrıca ÜYZ'nin sürdürülebilir finans, yeşil finansman ve ESG odaklı yatırım kararlarına katkısını inceleyen ampirik çalışmaların sayısı da sınırlıdır. Bu durum, gelecekte disiplinler arası araştırmalar için önemli fırsatlar sunmaktadır.

3. Finans Sektöründeki ÜYZ Uygulamaları

ÜYZ, finans sektöründe yalnızca operasyonel süreçleri hızlandıran bir teknoloji olmaktan çıkmış; stratejik karar alma mekanizmalarının ayrılmaz bir bileşeni hâline gelmiştir. Geleneksel otomasyon sistemleri belirli kurallar çerçevesinde çalışırken, ÜYZ sistemleri büyük veri kümelerini yorumlayabilmekte, bağlamsal analizler yapabilmekte ve doğal dil kullanarak yeni içerikler üretebilmektedir. Bu özellikler bankacılık, yatırım yönetimi, sigortacılık ve finansal düzenleme alanlarında önemli dönüşümlere yol açmaktadır (Cao, 2021).

McKinsey & Company (2023), ÜYZ'nin finans sektöründe en yüksek ekonomik değeri; müşteri hizmetleri, yazılım geliştirme, pazarlama, risk yönetimi ve bilgi yönetimi süreçlerinde oluşturacağını öngörmektedir. Benzer şekilde BIS (2024), ÜYZ'nin finansal sistemlerde verimliliği artırırken yeni operasyonel ve sistemik riskleri de beraberinde getirdiğini vurgulamaktadır. Bu nedenle finansal kurumların teknolojiyi yalnızca verimlilik aracı olarak değil, aynı zamanda kurumsal yönetim ve risk yönetimi perspektifinden değerlendirmeleri gerekmektedir.

Bankacılık Sektöründe ÜYZ Uygulamaları: Bankacılık sektörü, ÜYZ'yi en hızlı benimseyen finansal hizmet alanlarından biridir. Ticari bankalar, yatırım bankaları ve dijital bankalar; müşteri iletişimi, kredi değerlendirme, belge işleme, iç denetim ve operasyon yönetimi gibi çok sayıda süreçte büyük dil modellerini kullanmaya başlamıştır. Bu dönüşüm, yalnızca işlem hızını artırmakla kalmamakta; aynı zamanda bankaların karar alma kapasitesini güçlendirmektedir.

ÜYZ'nin bankacılıkta sağladığı en önemli katkılardan biri, büyük hacimli belgelerin kısa sürede analiz edilmesidir. Kredi başvuruları, mali tablolar, bağımsız denetim raporları, şirket faaliyet raporları ve hukuki sözleşmeler gibi binlerce sayfalık dokümanlar, geleneksel yöntemlerle uzun sürede incelenirken; BDM tabanlı sistemler bu belgeleri saniyeler içinde özetleyebilmekte ve kritik risk unsurlarını belirleyebilmektedir (OpenAI, 2023).

Kurumsal bankacılıkta kredi tahsis süreci, farklı veri kaynaklarından gelen finansal ve finansal olmayan bilgilerin birlikte değerlendirilmesini gerektirir. ÜYZ sistemleri finansal tabloları, sektör raporlarını, haber akışlarını ve ESG açıklamalarını birlikte analiz ederek kredi uzmanlarına karar desteği

sunabilmektedir. Böylece kredi değerlendirme sürecinde hem hız hem de analiz derinliği artmaktadır. Bununla birlikte nihai kararın insan uzman tarafından verilmesi, model yanlılığı ve açıklanabilirlik açısından önemini korumaktadır.

Bankaların iç operasyonlarında da önemli değişimler yaşanmaktadır. İç denetim ekipleri ÜYZ sayesinde binlerce işlem kaydını inceleyebilmekte, anormal işlem örüntülerini belirleyebilmekte ve denetim raporlarını otomatik olarak hazırlayabilmektedir. Bu durum özellikle düzenleyici raporlama süreçlerinde önemli zaman tasarrufu sağlamaktadır.

Müşteri Hizmetleri ve Akıllı Finansal Asistanlar: Finansal hizmet sektöründe müşteri deneyimi, rekabet avantajının temel belirleyicilerinden biri hâline gelmiştir. Dijital kanalların yaygınlaşmasıyla birlikte müşteriler, hızlı, kişiselleştirilmiş ve kesintisiz hizmet beklentisi içerisinde. ÜYZ tabanlı sohbet sistemleri (chatbotlar) ve sanal finansal asistanlar bu beklentileri karşılama önemli rol üstlenmektedir.

Geleneksel chatbotlar önceden tanımlanmış soru-cevap kalıpları üzerinden çalışırken, ÜYZ sistemleri müşterinin niyetini, bağlamını ve geçmiş işlemlerini değerlendirerek daha doğal ve kişiselleştirilmiş yanıtlar üretebilmektedir. Bu durum müşteri memnuniyetini artırırken çağrı merkezi maliyetlerini de önemli ölçüde azaltmaktadır (Davenport & Ronanki, 2018).

Akıllı finansal asistanlar yalnızca müşteri sorularını yanıtlamakla sınırlı değildir. Bu sistemler bireysel harcama alışkanlıklarını analiz ederek bütçe önerileri sunabilmekte, tasarruf planları hazırlayabilmekte, kredi geri ödeme seçeneklerini karşılaştırabilmekte ve yatırım tercihleri konusunda kişiye özel öneriler geliştirebilmektedir. Böylece finansal hizmetler daha kapsayıcı ve erişilebilir hâle gelmektedir.

Bununla birlikte müşteri iletişimde kullanılan ÜYZ sistemlerinin güvenilirliği kritik öneme sahiptir. Yanlış yönlendirme, hatalı yatırım tavsiyesi veya yanlış finansal bilgi verilmesi hem müşteri zararına hem de kurumsal itibar kaybına yol açabilir. Bu nedenle finansal kurumlar, ÜYZ tabanlı müşteri hizmetlerinde insan denetimi, doğrulama mekanizmaları ve açıklanabilir karar süreçlerini birlikte kullanmaktadır.

Kredi Değerlendirme ve Risk Analitiği: Kredi değerlendirme, bankacılık sektörünün en kritik karar süreçlerinden biridir. Geleneksel kredi skorlama modelleri ağırlıklı olarak gelir düzeyi, kredi geçmişi, teminat yapısı ve finansal oranlar gibi yapılandırılmış verilere dayanmaktadır. Ancak günümüzde kredi riski yalnızca finansal göstergelerle açıklanamamaktadır. Sosyal medya verileri, haber akışları, sektör analizleri, sürdürülebilirlik raporları ve makroekonomik gelişmeler gibi yapılandırılmamış veriler de kredi riskinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır.

ÜYZ sistemleri bu farklı veri kaynaklarını aynı anda analiz ederek kredi değerlendirme sürecini daha kapsamlı hâle getirmektedir. Örneğin bir işletmenin finansal tabloları güçlü görünmesine rağmen, sektör raporlarında olumsuz beklentilerin bulunması veya şirket hakkında yoğun olumsuz haber akışının olması, ÜYZ tarafından risk sinyali olarak değerlendirilebilmektedir. Bu durum kredi uzmanlarının daha bilinçli karar vermesine katkı sağlamaktadır.

Risk analitiği açısından ÜYZ, yalnızca mevcut riski ölçmekle kalmayıp geleceğe yönelik senaryolar da oluşturabilmektedir. Faiz oranlarında ani değişim, döviz kuru şokları veya tedarik zinciri sorunları gibi farklı makroekonomik koşullar altında kredi portföyünün nasıl etkileneceğine ilişkin alternatif senaryolar üretilebilmektedir. Böylece bankalar stres testlerini daha kapsamlı biçimde gerçekleştirebilmektedir.

Ancak kredi değerlendirmesinde kullanılan ÜYZ modellerinin açıklanabilir olması büyük önem taşımaktadır. Avrupa Birliği AI Act kapsamında kredi değerlendirme sistemleri "yüksek riskli yapay zekâ uygulamaları" arasında sınıflandırılmıştır. Bu nedenle kredi kararlarının hangi değişkenlere dayandığının açıklanabilir olması hem hukuki hem de etik açıdan zorunlu hâle gelmektedir (European Commission, 2024).

Dolandırıcılık Tespiti ve Siber Güvenlik: Finans sektöründe dijitalleşmenin hızlanmasıyla birlikte siber saldırılar ve finansal dolandırıcılık girişimleri de önemli ölçüde artmıştır. Geleneksel dolandırıcılık tespit sistemleri geçmiş işlem örüntülerine dayalı kurallar kullanırken, ÜYZ sürekli öğrenme yeteneği sayesinde yeni saldırı yöntemlerini daha erken tespit edebilmektedir.

Kredi kartı işlemleri, para transferleri ve dijital ödeme sistemleri üzerinde gerçekleştirilen milyonlarca işlem gerçek zamanlı olarak analiz edilerek olağan dışı davranışlar belirlenebilmektedir. Örneğin müşterinin normal harcama alışkanlıklarından önemli ölçüde sapma gösteren işlemler, ÜYZ tarafından riskli olarak işaretlenebilmekte ve ek doğrulama süreçleri başlatılabilmektedir.

Siber güvenlik alanında da ÜYZ hem savunma hem de saldırı açısından çift yönlü etkilere sahiptir. Bir yandan ağ trafiğini analiz ederek anormal hareketleri belirlemekte ve güvenlik ekiplerine erken uyarılar sağlamaktadır. Diğer yandan kötü niyetli aktörler de ÜYZ'yi kullanarak daha ikna edici oltaama (phishing) saldırıları veya zararlı yazılım kodları geliştirebilmektedir. Bu nedenle finansal kurumların yapay zekâ destekli güvenlik çözümlerini güçlü yönetim mekanizmalarıyla desteklemesi gerekmektedir.

Tablo 1. Finansal Hizmetlerde Üretken Yapay Zekânın Uygulama Alanları

Uygulama Alanı	Kullanım Biçimi	Temel Faydalar	Olası Riskler
Bankacılık	Belge analizi, kredi değerlendirme	Hızlı ve doğru karar desteği	Model yanlılığı
Müşteri Hizmetleri	Akıllı sohbet botları, sanal asistanlar	7/24 hizmet, kişiselleştirme	Yanlış yönlendirme
Kredi Analitiği	Çok kaynaklı risk analizi	Daha doğru kredi tahsisi	Açıklanabilirlik sorunu
Dolandırıcılık Tespiti	Gerçek zamanlı işlem analizi	Erken risk tespiti	Yanlış pozitif sonuçlar
İç Denetim	Otomatik raporlama	Verimlilik artışı	Veri gizliliği
Yasal Uyum (RegTech)	Mevzuat analizi ve raporlama	Uyum maliyetlerinin azalması	Yasaların Yanlış Yorumlanması

Kaynak: Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Yatırım Yönetimi ve Robo-Danışmanlık Hizmetlerinde ÜYZ: Yatırım yönetimi, finansal hizmet sektöründe bilgi yoğunluğu en yüksek faaliyet alanlarından biridir. Portföy yöneticileri yatırım kararlarını oluştururken makroekonomik göstergeler, şirket finansal tabloları, merkez bankası kararları, sektör raporları, jeopolitik gelişmeler ve yatırımcı davranışları gibi çok sayıda değişkeni aynı anda değerlendirmek zorundadır. Bu nedenle yatırım yönetimi, ÜYZ'nin en fazla değer yarattığı alanlardan biri olarak kabul edilmektedir.

Geleneksel yatırım analizleri büyük ölçüde analistlerin bilgi ve deneyimine dayanırken, ÜYZ sistemleri milyonlarca sayfalık finansal belgeyi, haber akışını ve piyasa verisini eş zamanlı analiz ederek yatırım kararlarını destekleyebilmektedir. Büyük dil modelleri sayesinde yıllık faaliyet raporları, sürdürülebilirlik raporları, analist değerlendirmeleri ve makroekonomik açıklamalar kısa sürede özetlenebilmekte; yatırım uzmanlarına alternatif senaryolar sunulabilmektedir (OpenAI, 2023).

ÜYZ'nin yatırım yönetimindeki önemli kullanım alanlarından biri **yatırım araştırmalarının otomatikleştirilmesidir**. Geleneksel süreçlerde bir şirket analizinin hazırlanması günler sürebilirken, ÜYZ finansal tabloları, sektör verilerini ve piyasa haberlerini bütünlükte analiz ederek ilk taslak raporu dakikalar içinde oluşturabilmektedir. Analistler bu raporları nihai değerlendirme için gözden geçirerek hem zaman tasarrufu sağlamakta hem de daha fazla şirketi analiz edebilmektedir.

Bir diğer önemli gelişme **robo-danışmanlık (robo-advisory)** hizmetleridir. İlk nesil robo-danışmanlar çoğunlukla risk profiline göre standart portföy önerileri sunarken, ÜYZ destekli yeni nesil sistemler yatırımcının finansal

hedeflerini, gelir düzeyini, yaşam döngüsünü, sürdürülebilirlik tercihlerini ve davranışsal özelliklerini dikkate alarak kişiselleştirilmiş yatırım stratejileri geliştirebilmektedir. Böylece yatırım danışmanlığı hizmetleri daha erişilebilir hâle gelirken finansal kapsayıcılık da artmaktadır (Brynjolfsson, Li, & Raymond, 2023).

Bununla birlikte yatırım tavsiyesi üreten sistemlerde "halüsinasyon" (hallucination) riski önemli bir sorun olarak değerlendirilmektedir. Büyük dil modelleri bazı durumlarda gerçekte bulunmayan finansal bilgileri güvenilir görünümde sunabilmektedir. Bu nedenle yatırım tavsiyelerinin mutlaka insan uzmanlar tarafından doğrulanması ve yapay zekâ sistemlerinin nihai karar verici yerine karar destek aracı olarak kullanılması önerilmektedir.

Sigortacılık Sektöründe ÜYZ: Sigortacılık sektörü, büyük hacimli belge yönetimi ve yoğun müşteri etkileşimi nedeniyle ÜYZ'nin en hızlı yaygınlaştığı alanlardan biridir. Polİçe oluşturma, hasar değerlendirme, müşteri taleplerinin yanıtlanması ve risk fiyatlaması gibi süreçlerde ÜYZ uygulamaları operasyonel verimliliği önemli ölçüde artırmaktadır.

Özellikle hasar yönetiminde ÜYZ; eksper raporlarını, fotoğrafları, müşteri beyanlarını ve hukuki belgeleri birlikte analiz ederek hasar dosyalarının ön değerlendirmesini gerçekleştirebilmektedir. Bu durum hem işlem sürelerini kısaltmakta hem de sahte hasar taleplerinin daha etkin biçimde belirlenmesine katkı sağlamaktadır.

Risk değerlendirme süreçlerinde ise ÜYZ klasik aktüeryal modelleri tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir. İklim değişikliği, doğal afetler, siber saldırılar ve yeni teknolojik riskler gibi geleneksel veri setlerinde yeterince temsil edilmeyen faktörler, yapılandırılmamış veri kaynaklarından elde edilen bilgilerle birlikte analiz edilebilmektedir. Böylece daha dinamik ve güncel risk modelleri geliştirilebilmektedir.

Müşteri hizmetlerinde kullanılan sanal sigorta danışmanları da polİçe karşılaştırmaları, teminat açıklamaları ve hasar sürecine ilişkin bilgi taleplerini doğal dilde yanıtlayarak müşteri memnuniyetini artırmaktadır. Ancak sağlık verileri ve kişisel bilgilerin yoğun kullanımı nedeniyle veri gizliliği ve etik yönetim sigortacılık sektöründe daha da kritik hâle gelmektedir.

RegTech ve Düzenleyici Uyum Süreçlerinde ÜYZ: Finans sektörü, yoğun düzenlemelere tabi olması nedeniyle önemli uyum maliyetleriyle karşı karşıyadır. Kara para aklamanın önlenmesi (AML), müşterini tanı (KYC), terörizmin finansmanının önlenmesi, veri koruma yükümlülükleri ve sürdürülebilirlik raporlaması gibi düzenlemeler finansal kurumlar üzerinde ciddi operasyonel yük oluşturmaktadır.

ÜYZ, RegTech (Regulatory Technology) uygulamalarında bu süreçlerin otomatikleştirilmesini mümkün kılmaktadır. Büyük dil modelleri düzenleyici metinleri analiz ederek yeni yükümlülükleri özetleyebilmekte, kurum içi politika belgeleriyle karşılaştırabilmekte ve uyum eksikliklerini belirleyebilmektedir. Ayrıca mevzuat değişikliklerinin ilgili iş süreçlerine olası etkileri hakkında senaryo analizleri oluşturabilmektedir.

Finansal kurumlar açısından bir diğer önemli kullanım alanı düzenleyici raporlamadır. Basel düzenlemeleri, sürdürülebilirlik raporları ve risk açıklamaları gibi karmaşık raporlar ÜYZ yardımıyla daha hızlı hazırlanabilmekte ve standartlaştırılabilmektedir. Bunun sonucunda uyum maliyetleri azalırken raporlama kalitesi de artmaktadır.

Bununla birlikte düzenleyici belgelerin yorumlanması hukuki sonuçlar doğurabileceğinden, ÜYZ tarafından oluşturulan raporların uzman hukukçular ve uyum yöneticileri tarafından kontrol edilmesi zorunludur.

Operasyonel Verimlilik ve Kurumsal Performans: ÜYZ'nin finansal kurumlar üzerindeki en belirgin etkilerinden biri operasyonel verimlilikte sağlanan artıştır. Tekrarlayan işlemlerin otomatikleştirilmesi, belge hazırlama süreçlerinin hızlandırılması ve bilgiye erişim süresinin kısaltılması sayesinde çalışanların daha yüksek katma değerli görevlere odaklanmaları mümkün olmaktadır.

McKinsey & Company (2023), ÜYZ'nin bankacılık sektöründe özellikle müşteri operasyonları, yazılım geliştirme, pazarlama ve risk yönetimi süreçlerinde önemli verimlilik artışları sağlayabileceğini belirtmektedir. Benzer şekilde IMF (2024), ÜYZ'nin finans sektöründe iş süreçlerini yeniden tasarlayarak üretkenlik artışı sağlayacağını; ancak bazı rutin mesleklerde görev tanımlarının önemli ölçüde değişeceğini vurgulamaktadır.

Kurumsal performans açısından değerlendirildiğinde ÜYZ yalnızca maliyetleri azaltan bir teknoloji değildir. Aynı zamanda daha kaliteli kararlar alınmasına, müşteri deneyiminin geliştirilmesine ve yenilikçi finansal ürünlerin oluşturulmasına katkı sağlayan stratejik bir yetenek olarak görülmektedir. Kaynak Tabanlı Görüş perspektifinden bakıldığında, yapay zekâ altyapısına, kaliteli veri ekosistemine ve analitik yeteneklere sahip finansal kuruluşların sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmeleri beklenmektedir.

Tablo 2. Üretken Yapay Zekânın Finansal Hizmetlerde Kurumsal Performansa Etkileri

Boyut	Klasik Yaklaşım	ÜYZ Yaklaşımı	Beklenen Etki
Müşteri Hizmetleri	Standart çağrı merkezi	Akıllı finansal asistan	Memnuniyet artışı, işlem süresinde azalma
Kredi Analizi	Yapılandırılmış veriye dayalı değerlendirme	Yapılandırılmış ve yapılandırılmamış verilerin bütünlüştürme analizi	Daha doğru kredi kararları
Yatırım Araştırması	Analist odaklı raporlama	Otomatik rapor üretimi ve senaryo analizi	Analiz süresinde önemli azalma
Risk Yönetimi	Geçmiş verilere dayalı tahmin	Gerçek zamanlı çok kaynaklı analiz	Risklerin daha erken tespiti
RegTech	Manuel mevzuat takibi	Otomatik düzenleme analizi	Uyum maliyetlerinde azalma
İç Denetim	Örnekleme yöntemi	Tüm işlem kayıtlarının analiz edilmesi	

Kaynak: Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Literatürün genel değerlendirmesi, ÜYZ'nin finansal hizmet sektöründe yalnızca teknolojik bir yenilik olmadığını; kurumların iş yapış biçimlerini, organizasyon yapılarını ve rekabet stratejilerini dönüştüren stratejik bir unsur hâline geldiğini göstermektedir. Bankacılık, yatırım yönetimi, sigortacılık ve düzenleyici uyum süreçlerinde elde edilen verimlilik kazanımları önemli fırsatlar sunmaktadır. Bununla birlikte model halüsinasyonları, algoritmik önyargı, veri güvenliği, fikri mülkiyet sorunları ve açıklanabilirlik eksikliği gibi riskler, bu teknolojilerin kontrollü ve sorumlu biçimde uygulanmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu nedenle ÜYZ'nin finans sektöründe sürdürülebilir başarısı, yalnızca teknolojik kapasiteye değil; güçlü veri yönetişimi, etik ilkeler, insan denetimi ve etkili düzenleyici çerçevelerin birlikte uygulanmasına bağlıdır.

4. Finansal Hizmet Sektöründe ÜYZ Riskleri, Düzenleyici Yaklaşımlar

Üretken yapay zekâ, finansal hizmet sektöründe verimlilik artışı, maliyet avantajı ve karar kalitesinin geliştirilmesi açısından önemli fırsatlar sunmasına rağmen, beraberinde çok boyutlu riskleri de getirmektedir. Bu riskler yalnızca teknolojik sınırlılıklardan kaynaklanmamakta; aynı zamanda finansal istikrar, etik yönetişim, hukuki sorumluluk ve sistemik güven açısından da önemli sonuçlar doğurmaktadır. Uluslararası Para Fonu (IMF), Bank for International Settlements (BIS) ve OECD tarafından yayımlanan güncel raporlar, üretken yapay zekânın finans sektöründe "yüksek etki–yüksek risk" kategorisinde

değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (IMF, 2024; BIS, 2024; OECD, 2024).

Finansal kuruluşlar açısından en önemli risklerden biri **model güvenilirliğidir**. Büyük dil modelleri, istatistiksel olasılıklar üzerinden çalıştıkları için gerçekte var olmayan bilgileri son derece güvenilir bir dille sunabilmektedir. Literatürde bu durum **hallucination (halüsinasyon)** olarak tanımlanmaktadır (OpenAI, 2023). Finans sektörü açısından düşünüldüğünde, hatalı yatırım tavsiyesi, yanlış kredi değerlendirmesi veya gerçekte bulunmayan düzenleyici hükümlerin raporlanması ciddi finansal kayıplara ve hukuki sorumluluklara yol açabilir.

Bir diğer önemli risk, **algoritmik önyargıdır (algorithmic bias)**. Yapay zekâ modelleri eğitim verilerindeki tarihsel önyargıları öğrenebilmekte ve bu önyargıları karar süreçlerine yansıtabilmektedir. Kredi tahsis süreçlerinde belirli demografik grupların sistematik olarak dezavantajlı değerlendirilmesi, sigorta primlerinin ayrımcı biçimde hesaplanması veya yatırım tavsiyelerinde belirli müşteri gruplarının dışlanması hem etik hem de hukuki açıdan kabul edilemez sonuçlar doğurabilir (Shrestha, Ben-Menahem, & von Krogh, 2019).

Finansal sistem açısından değerlendirildiğinde üretken yapay zekânın yaygın kullanımı **model tekdüzeligi (model monoculture)** riskini de artırmaktadır. Çok sayıda finansal kuruluşun benzer büyük dil modellerini kullanması, aynı veri kaynaklarından beslenmesi ve benzer karar mekanizmaları geliştirmesi durumunda piyasalarda sistemik davranışlar ortaya çıkabilir. Böyle bir senaryoda, tek bir model hatası çok sayıda finansal kurum tarafından aynı anda tekrar edilerek finansal istikrarsızlığa neden olabilir. BIS (2024), bu durumun gelecekte makro ihtiyati politika açısından dikkate alınması gereken yeni bir sistemik risk türü olduğunu belirtmektedir.

Veri Gizliliği, Siber Güvenlik ve Fikri Mülkiyet Sorunları: Finansal hizmetler sektörü, kişisel verilerin ve ticari sırların en yoğun işlendiği sektörlerden biridir. Banka hesap hareketleri, yatırım portföyleri, sağlık verileri, sigorta poliçeleri ve kimlik bilgileri gibi yüksek hassasiyet taşıyan veriler, üretken yapay zekâ sistemlerinin eğitiminde veya kullanımında önemli güvenlik riskleri doğurabilmektedir.

Üretken yapay zekâ tabanlı sistemlerde en önemli sorunlardan biri, kullanıcıların sisteme yüklediği verilerin model geliştirme süreçlerinde nasıl kullanıldığıdır. Özellikle bulut tabanlı büyük dil modellerinde müşteri bilgilerinin üçüncü taraf sistemlere aktarılması, finansal gizlilik ilkeleri açısından ciddi tartışmalara yol açmaktadır. Bu nedenle birçok uluslararası banka, kamuya açık üretken yapay zekâ araçlarının kurumsal verilerle kullanılmasını sınırlandırmış;

bunun yerine kurum içi kapalı büyük dil modeli altyapıları geliştirmeye başlamıştır.

Siber güvenlik açısından üretken yapay zekâ çift yönlü etkiye sahiptir. Bir taraftan olağan dışı ağ hareketlerini analiz ederek saldırıları erken tespit edebilmekte, diğer taraftan ise saldırganlar tarafından daha gelişmiş oltaama (phishing) e-postaları, sahte belgeler ve zararlı yazılım kodları üretmek amacıyla kullanılabilir. Dünya Ekonomik Forumu (2024), üretken yapay zekânın siber tehditlerin karmaşıklığını artırabileceğini ve finansal kuruluşların savunma stratejilerini yeniden tasarlamalarını gerektirdiğini belirtmektedir.

Fikri mülkiyet konusu da üretken yapay zekâ açısından önemli tartışma alanlarından biridir. Büyük dil modellerinin hangi veriler üzerinde eğitildiği, telif hakkı bulunan belgelerin eğitim sürecinde kullanılıp kullanılmadığı ve üretilen finansal analizlerin hukuki sorumluluğu henüz birçok ülkede tam olarak açıklığa kavuşmamıştır. Bu nedenle finansal kurumların üretken yapay zekâ çıktılarını doğrudan nihai ürün olarak kullanmaları yerine uzman denetiminden geçirmeleri önerilmektedir.

Düzenleyici Yaklaşımlar: Üretken yapay zekânın finans sektöründe güvenli biçimde kullanılabilmesi için uluslararası düzenleyici kurumlar son yıllarda kapsamlı politika çerçeveleri geliştirmiştir.

Avrupa Birliği AI Act: Avrupa Birliği tarafından kabul edilen AI Act, finans sektöründe kullanılan kredi değerlendirme, sigortacılık ve risk analitiği sistemlerini "yüksek riskli yapay zekâ uygulamaları" arasında değerlendirmektedir (European Commission, 2024). Bu kapsamda finansal kuruluşların; veri kalitesini güvence altına almaları, model performansını sürekli izlemeleri, insan denetimini sağlamaları, kararların açıklanabilirliğini desteklemeleri, ayrımcılık risklerini düzenli olarak test etmeleri zorunlu hâle gelmektedir.

OECD Yapay Zekâ İlkeleri: OECD'nin yapay zekâ ilkeleri; güvenilir yapay zekâ sistemlerinin geliştirilmesi için kapsayıcı büyüme, insan haklarına saygı, şeffaflık ve açıklanabilirlik, güvenlik-sağlamlık ve hesap verebilirlik olarak açıklanmaktadır. Bu ilkeler, finansal kuruluşların yalnızca teknolojik performansa değil, aynı zamanda etik yönetişime de yatırım yapmaları gerektiğini ortaya koymaktadır.

NIST AI Risk Management Framework: ABD Ulusal Standartlar ve Teknoloji Enstitüsü (NIST) tarafından geliştirilen AI Risk Management Framework ise yapay zekâ sistemlerinin tasarım, geliştirme, uygulama ve izleme aşamalarında risk yönetimine yönelik pratik bir yaklaşım sunmaktadır. Finansal kurumların model yaşam döngüsü boyunca sürekli doğrulama, performans izleme ve bağımsız denetim mekanizmaları kurmaları önerilmektedir.

Tablo 3. Üretken Yapay Zekânın Finansal Hizmetlerde Sağladığı Faydalar ve Oluşturduğu Riskler

Boyut	Sağladığı Faydalar	Olası Riskler
Operasyonel Verimlilik	İşlem süresinin kısalması, maliyet azalması	Otomasyona aşırı bağımlılık
Kredi Değerlendirme	Daha kapsamlı veri analizi	Algoritmik ayrımcılık
Yatırım Yönetimi	Hızlı raporlama ve senaryo analizi	Halüsinasyon kaynaklı yanlış öneriler
Müşteri Hizmetleri	Kişiselleştirilmiş hizmet	Yanlış finansal yönlendirme
RegTech	Daha hızlı mevzuat uyumu	Hatalı hukuki yorum
Siber Güvenlik	Erken tehdit tespiti	Yapay zekâ destekli siber saldırılar

Kaynak: Yazar tarafından düzenlenmiştir.

6. Sonuç

Üretken yapay zekâ, finansal hizmet sektöründe yalnızca süreçleri otomatikleştiren bir teknoloji değil; aynı zamanda bilgi üretme, karar destek sağlama ve müşteri deneyimini yeniden şekillendiren stratejik bir dönüşüm unsurudur. Bankacılık, yatırım yönetimi, sigortacılık ve düzenleyici teknolojilerde elde edilen sonuçlar, ÜYZ'nin operasyonel verimlilik, karar kalitesi ve finansal kapsayıcılık açısından önemli katkılar sağladığını göstermektedir.

Bununla birlikte model halüsinasyonları, algoritmik önyargı, veri gizliliği, siber güvenlik ve yasal sorumluluk gibi riskler, bu teknolojilerin kontrolsüz kullanımının finansal sistem açısından ciddi sonuçlar doğurabileceğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle ÜYZ'nin finans sektöründeki geleceği, yalnızca algoritmaların başarısına değil; güçlü yönetim mekanizmalarına, açıklanabilir modellere, insan denetimine ve uluslararası düzenleyici standartlara bağlı olacaktır.

Önümüzdeki on yıl içerisinde üretken yapay zekânın finansal hizmet sektöründe yalnızca karar destek sistemi olmaktan çıkarak otonom finansal ajanların temelini oluşturması beklenmektedir. Agentic AI olarak adlandırılan yeni nesil sistemler; veri toplama, analiz, alternatif senaryo geliştirme, karar önerisi oluşturma ve belirli sınırlar içerisinde uygulama süreçlerini insan müdahalesi olmadan gerçekleştirebilecektir. Bunun yanında çok modlu yapay zekâ (multimodal AI), sesli finansal danışmanlık, dijital çalışanlar (AI co-workers), kişisel finans asistanları ve yapay zekâ destekli sürdürülebilir yatırım platformları finans sektörünün temel bileşenleri hâline gelecektir. Ancak bu

dönüşümün başarılı olabilmesi için teknoloji yatırımları kadar etik yönetim, düzenleyici uyum ve insan denetiminin de güçlendirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, üretken yapay zekâ finansal hizmet sektörünün geleceğini şekillendirecek temel teknolojilerden biridir. Ancak bu dönüşümün sürdürülebilir olabilmesi için finansal kurumlar, düzenleyici otoriteler ve akademik çevrelerin birlikte hareket ederek güvenilir, şeffaf ve etik yapay zekâ ekosistemleri oluşturması büyük önem taşımaktadır.

Kaynaklar

- Bank for International Settlements (BIS). (2024). *Annual Economic Report 2024: Artificial intelligence and the financial system*. Bank for International Settlements.
- Bubeck, S., Chandrasekaran, V., Eldan, R., Gehrke, J., Horvitz, E., Kamar, E., et al. (2023). *Sparks of artificial general intelligence: Early experiments with GPT-4*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2303.12712>
- Brynjolfsson, E., Li, D., & Raymond, L. R. (2023). *Generative AI at work*. National Bureau of Economic Research Working Paper No. 31161. <https://doi.org/10.3386/w31161>
- Cao, L. (2021). AI in finance: Challenges, techniques, and opportunities. *ACM Computing Surveys*, 55(3), Article 53. <https://doi.org/10.1145/3502289>
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard Business Review*, 96(1), 108–116.
- European Commission. (2024). *Regulation (EU) 2024/1689 laying down harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act)*.
- Financial Stability Board. (2017). *Artificial intelligence and machine learning in financial services: Market developments and financial stability implications*.
- Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep learning*. MIT Press.
- International Monetary Fund. (2024). *Gen-AI: Artificial intelligence and the future of work*. IMF.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2020). Rulers of the world, unite! The challenges and opportunities of artificial intelligence. *Business Horizons*, 63(1), 37–50. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.09.003>
- Kasneci, E., Sessler, K., Küchemann, S., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., et al. (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. *Learning and Individual Differences*, 103, 102274. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>
- Maslej, N., Fattorini, L., Perrault, R., Parli, V., Reuel, A., Brynjolfsson, E., et al. (2024). *Artificial Intelligence Index Report 2024*. Stanford University.
- McKinsey & Company. (2023). *The economic potential of generative AI: The next productivity frontier*.
- Microsoft. (2023). *The new era of AI: Generative AI and enterprise transformation*.
- National Institute of Standards and Technology. (2023). *Artificial Intelligence Risk Management Framework (AI RMF 1.0)*.
- OECD. (2023). *Generative artificial intelligence in finance*. OECD Publishing.

- OECD. (2024). *Regulatory approaches to artificial intelligence in finance*. OECD Publishing.
- OpenAI. (2023). *GPT-4 technical report*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2303.08774>
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Shrestha, Y. R., Ben-Menahem, S. M., & von Krogh, G. (2019). Organizational decision-making structures in the age of artificial intelligence. *California Management Review*, 61(4), 66–83.
- Sutton, R. S., & Barto, A. G. (2018). *Reinforcement learning: An introduction* (2nd ed.). MIT Press.
- United Nations. (2024). *Governing AI for humanity*. United Nations.
- World Economic Forum. (2023). *The future of jobs report 2023*. World Economic Forum.
- World Economic Forum. (2024). *Global risks report 2024*. World Economic Forum.
- Wooldridge, M. (2021). *A brief history of artificial intelligence: What it is, where we are, and where we are going*. Flatiron Books.

12. Bölüm

Kadın Mevsimlik Tarım İşçilerin Yaşadığı Sorunları Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Şırnak İli Örneği

Ramazan Vedat SÖNMEZ¹

GİRİŞ

Toplumsal gelişmede avcılık döneminden sonra ikinci aşama olan tarımsal yaşam, vazgeçilmez bir faaliyet olarak önemini korumaktadır. Tarım sektörü, sanayi ve hizmet sektörü ile birlikte ekonomik faaliyetlerin temel ayaklarından birini oluşturmaktadır. İnsanın biyolojik anlamda yaşamını devam ettirebilmesi için ihtiyaç duyduğu gıdaların üretilmesi açısından değerlendirildiğinde, tarımsal faaliyetin önemi daha da artmaktadır. Dünya nüfusunda ki artış, kırsaldan kentlere göç ve talepteki artış tarımsal üretimin değerine değer katmakta, oynadığı kritik rolü gözler önüne sermektedir. Tarım sektörü toplumun gıda ihtiyacını karşılamakla birlikte üretim sektörüne hammadde temin etmekte, devamlılığına katkı sunmakta, istihdam alanı oluşturmakta, milli gelire kaynak aktarmaktadır. Son dönemlerde tarım sektöründe gerçekleştirilen üretim miktarı sanayi ve hizmet sektörüne oranla azalış gösterse de, gıda ihtiyacını karşılaması ve istihdama olan katkısı nedeniyle önemini korumaya devam etmektedir (Çakır, 2014: 28).

Tüik 2024 verilerine göre ülkemizde 4 milyon 827 bin kişi tarım sektöründe çalışmaktadır. <https://www.tuik.gov.tr/>. Dünya genelinde (2022) ise 892 milyon kişiye istihdam sağladığı görülmektedir. Bu sayı dünya da istihdam oranının yüzde 26,2'sine denk gelmektedir. [https://www.fao.org/statistics/highlights-archive/highlights-detail/employment-indicators-2000-2022-\(september-2024-update\)/en](https://www.fao.org/statistics/highlights-archive/highlights-detail/employment-indicators-2000-2022-(september-2024-update)/en).

Sektörün kritik rolüne karşılık bir takım sorunlarının bulunduğu bir gerçektir. Ürün fiyatlarının düşüklüğü, artan maliyetler, iklim değişikliği, kimyasal ilaçlar, tarım arazilerinin azalması bu sorunlardan birkaçıdır. Tarım sektöründe görülen önemli sorunlarından biri kayıt dışılık olduğu ifade edilebilir. Tüik verilerine göre tarım sektöründe görülen kayıt dışılık % 84,5 şeklinde görülmektedir. Bu oranın yaklaşık % 12' lik kısmı günlük yevmiyeli ya da ücretli çalışan iş görenlerden oluşmaktadır Tarım sektörün de ihtiyaç duyulan iş görenlerin temini ve istihdamı sürdürülebilirlik açısından önemlidir. Sürdürülebilirliğin sağlanması ve ihtiyaç anında iş görenin temin edilebilmesi için çalışma koşulları önem arz etmektedir. Bu nedenle Sektörde bulunan iş görenlerin ücret düzeyleri, çalışma koşulları,

¹ Doç. Dr. Şırnak Üniversitesi, ORCID: 0001-0001-8746-4657

sosyal güvenceleri ve diğer hakları araştırılması gereken bir konu olarak değerlendirilmektedir (Us ve Akbıyık, 2023: 26)

Tarım sektörünün istihdamında görülen bir diğer sorun, özellikle hasat döneminde istenilen zamanda yeterli sayıda iş gören bulamamaktadır. Bu durum geçici tarım iş görenlerinin istihdamını zorunlu kılmaktadır. Bu istihdam şekli kendi içinde yeni bir takım sorunlar yaratmakta, başta kayıt dışılık olmak üzere ekonomik ve sosyal bir takım sorunları beraberinde getirmektedir. Bu sorunlardan biri de mevsimlik tarım işçisi olarak çalışan kadınların yaşadıkları sorunlar olduğu değerlendirilmektedir.

Bu çalışmanın amacı tarım sektöründe çalışan kadın mevsimlik tarım işçilerinin sorunlarını belirlemektir. Bir başka ifade ile tarım sektöründe geçici olarak istihdam edilen kadın iş görenlerin ekonomik, sosyal, duygusal ve iş hukuku açısından sorunlarını belirlemek, konu ile ilgili çözüm önerileri geliştirmek ve ilgili literatüre katkı sunmaktır.

Tarım Sektörü

İnsan topluluklarının bir araya gelerek toplu ve ortak bir yaşam sürmesinde, yerleşik hayata geçmesinde tarımsal faaliyetler önemli bir rol oynamıştır. Tarihsel süreç içinde tarımsal faaliyetlerin iş alanı olmaya başlaması, tarımsal uğraşların artış göstermesi toplum ve devletlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Avcılık-toplayıcılık döneminden tarım dönemine geçilmesi ile birlikte, tarımsal faaliyetler toplum ve bireylerin temel ihtiyaçlarını karşıladıkları, gelir elde edebildikleri bir sektör olmuştur.

Teknolojik gelişme ve sanayi devrimi ile birlikte diğer birçok sektör gibi tarım sektörünün de yapısı değişmiştir. Bu süreçte ticaret artmış, sermaye birikimi başlamış ve emeğin dönüştüğü görülmüştür (Yücel Çalışkan, 2020: 527). Sektör insanlığın temel birtakım ihtiyaçlarını karşılamakta, özellikle gelişmekte olan ülkelerin iktisadi alanda iyileşmelerine katkı sunmakta ve istihdama destek olmaktadır. Ülke sınırları içindeki toprağın işlenmesi, üretime sağlanan hammadde, toplumsal refahın yükselmesine, iktisadi açıdan eşitsizliklerin azaltılmasına yol açmaktadır (Ata, 2020: 35).

Tarım sektörü sadece beslenme ve gıda alanında değil sağlık, turizm, kozmetik gibi birçok sektöre girdi temin etmektedir. Ancak sektörü diğer sektörlerden ayıran bir takım kendine ait özellikleri bulunmaktadır. Başta iklim koşulları olmak üzere, dönemsel durgunluklar, ağır çalışma koşulları, farklı gelir dağılımı, kayıt dışı istihdam ve arz problemleri sektörün temel özellikleri olarak öne çıkmaktadır. Mülkiyet ile ilgili problemler, teknolojik ilerleme, üretimdeki güçlüklerle sektörün son dönemlerde karmaşık bir hal aldığı ifade edilebilir. Diğer taraftan artan nüfusun ihtiyacını karşılama ve gıda güvenliği açısından sektör kritik bir öneme

sahiptir. Tarım sektörü ve üretiminin önemi pandemi ve savaşlar gibi olağanüstü şartlar altında daha güçlü bir şekilde hissedilmektedir (Şimşek, 2023: 470)

Tarımsal faaliyetler doğal koşullar nedeni ile bünyesinde birtakım risk ve belirsizlikler barındırmaktadır. Maliyetlerin birtakım unsurlara bağlı olarak değişkenlik göstermesi, üretimin belirli dönemlerde gerçekleşmesi, üretimden kaynaklı sorunların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu aşamada devlet mekanizması devreye girmekte fiyat istikrarını sağlamak için, destekleme politikaları ve girdi sübvansiyonları uygulanmakta, tarımsal araştırmalar kullanılmaktadır.

Türkiye tarımsal alanda ürün çeşitliliği, coğrafi konumu, tarıma dayalı sanayi ve doğal özellikleri açısından rekabette önemli bir avantaja sahip bulunmaktadır. Teknoloji alanında yaşanan değişim, dönüşüm ve ilerleme tarımsal alanı da etkilemiş, tarım sektörü yeni bir aşamaya geçmiştir. Özellikle tarımsal sulama, hasat, ürünlerin muhafazası ve toplanması vb. işlerde teknolojik ürün ve uygulamaların kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Türkiye tarımsal sektörde önemli fırsatlar sunmaktadır. Uluslararası ticaret yollarının merkezinde bulunması, Asya ve Avrupa kıtalarının bağlantı yollarına sahip olması, Avrupa ülkelerine yakınlık bu fırsatlardan birkaçıdır. Bununla birlikte genç nüfus potansiyeli, uluslararası pazarlarda tarımsal ürünlere olan talep, yeni fırsatların doğmasına yol açmaktadır. Kamu yönetimin çiftçilere verdiği teşvik ve destekler bu sürece ivme kazandırmakta, ticari kapasiteyi artırmaktadır (Merdan, 2024: 48; FAO, 2022).

Mevsimlik Tarım İşçileri ve Kadın İstihdamı

Mevsimlik tarım işçisi, bir takım tarımsal faaliyetleri gerçekleştirmek üzere (hasat, ekim, çapalama vb.) işverene ait alanlarda devamlı ya da mevsimlik işlerde çalışan, sözleşmeli-sözleşmesiz iş görenlerdir (Akbiyık, 2020).

Alan yazın incelendiğinde mevsimlik tarım işçileri ile gezici işçi kavramının aynı anlamda kullanıldığı görülmektedir. Ancak iki kavramın birbirinden farklı olduğu ifade edilebilir. Gezici işçilik çalışma süresinin belirsizliği ve bir kereye mahsus olması açısından mevsimlik işçilikten farklılaşmaktadır. Buna karşılık mevsimlik tarım işçiliği ise çalışma süresinin büyük oranda belli olduğu ve yılın belirli dönemlerinde yapılan işleri kapsamaktadır. Tarım işçiliği tanımında yapılan bir diğer ayırım sürekli ve geçici tarım işçiliğidir. Kamu veya özel sektöre ait tarımsal işletmelerde çalışan iş görenler sürekli tarım işçisi şeklinde tanımlanmakta, çalışmaları bir faaliyet dönemince devam etmektedir. Geçici tarım işçileri ise birtakım tarımsal ürünlerin hasadı ve bakımında ihtiyaç duyulan işgücünü ifade etmektedir (Ulukan ve Cığerci Ulukan, 2011).

Mevsimlik işçilik kavramı farklı boyutları olan bir olgudur. Kavramın ekonomik, sosyal ve kamu yönetimi açısından etkileri ve sonuçları bulunmaktadır.

Bu işçilik çeşidinin de iş görenler üretimin yoğun olduğu dönemlerde, iklim şartlarına bağlı olarak çalışma fırsatı bulmaktadır. Ancak iklim şartlarının olumsuz olduğu dönemlerde çalışma koşulları ortadan kalkmakta, iş görenler işsiz kalmakta ve gelir kaybına uğramaktadırlar (Taşçı, 2009:178). Bu aksamalar ile birlikte mevsimlik gezici tarım işçileri, beslenme, eğitim, ulaşım hizmetleri, iş sağlığı ve güvenliği, barınma, aile bütünlüğü ve düşük ücret vb. konularda sorunlar yaşayabilmektedir (Şahin, 2022: 599).

Mevsimlik tarım işçilerinin karşılaştıkları sorunlardan en fazla etkilenen kesim ise kadın iş görenler olduğu ifade edilebilir. Kadınlar yaptıkları tarımsal faaliyetlerle birlikte, ev kadını olmalarından dolayı da birtakım sorumluluklarını yerine getirmeye çalışmaktadırlar. Gün içinde tarımsal faaliyetlerde çalışan kadınlar, gün sonu da bu sorumluluklarını yerine getirerek ortalama günlük 12-16 saat aralığında çalışabilmektedirler. Kadın tarım işçilerin ücret konusun da birtakım sorunlar yaşadığı ifade edilebilir. Aileleri ile birlikte çalışmaya giden kadınların ücretleri çoğu kez aile büyüğüne verilmekte ya da eksik ödeme yapılmaktadır. Diğer iş görenlerle aynı işi yapmalarına rağmen emeklerinin karşılığını alamadıkları görülmektedir (Fidan, 2020).

Tarımsal alanda çalışan kadın iş görenlerin statüsünü büyük ölçüde toplumda geçerli olan toplumsal değerler ve aile ilişkileri belirlemektedir. Kadın çalışanların aile dışında olan ilişkileri yine bu toplumsal normlara göre şekillenmektedir. Bu şartlarda kadın iş görenlerin iletişim ve ilişkileri genellikle aileye üye veya yakınlarla olmaktadır. İkamet edilen şehir dışında çalışılmaya gidilmesi durumunda aile üyeleri ile birlikte hareket edilmekte, bazen yakın akrabalarda bu sürece dâhil olabilmektedir (Ökten, 2024: 802)

Mevsimlik tarım işçiliğinin her bir aşamasında kadın iş görenler ağır bir yük altında oldukları ifade edilebilir. Bir taraftan tarımsal işler diğer taraftan aileye karşı sorumluluklar kadın iş görenleri oldukça yormaktadır. Ancak buna rağmen gerekli değeri gördükleri ve sosyal alanda hak ettikleri konuma sahip oldukları söylenemez. Bu bakış açısının temel nedeni, kadının tarımsal faaliyetlerinin, aile içi sorumluluklarının bir parçası olarak görülmesidir. Mevsimlik kadın işçilerin eğitim durumları oldukça düşük seviyelerde olduğu ifade edilebilir. Yaşadıkları toplumun sosyolojik yapısına bağlı olarak ortaya çıkan bu tablo kadın işçilerin iş yaşamında daha fazla sorun yaşamalarına yol açabilmektedir. Kadınların toplumsal yapı içinde bulundukları statüyü değerlendirebilmek için ekonomik, sosyal, kimlik ve çalışma yaşamı açısından araştırılması önem arz etmektedir. Bu nedenle mevsimlik kadın tarım işçilerinin iş yaşamında sorunları, iş yükü ve emeği açılarından araştırılması önemli bir boşluğu doldurabileceği ifade edilebilir (Ökten, 2024: 797).

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışmanın amacı tarım sektöründe çalışan mevsimlik kadın tarım işçilerin sorunlarını belirlemektir. Bir başka ifade ile tarım sektöründe geçici olarak istihdam edilen kadın iş görenlerin ekonomik, sosyal, duygusal ve iş hukuku açısından sorunlarını belirlemek, konu ile ilgili çözüm önerileri geliştirmek ve ilgili literatüre katkı sunmaktır.

Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yönteminde ilk elden veri toplanması gerekmektedir. Bu nedenle çalışma alanına hâkim olunmalı ve bir takım ön bilgilere ulaşılması gerekmektedir. Nitel araştırma; insanların dünyayı nasıl deneyimlediğini, olaylara ve olgulara nasıl bir anlam yüklediğini ve bu süreçleri nasıl yorumladığını derinlemesine anlamayı hedefler. Sayısal verilerle genellemeler yapmak yerine, bireylerin kendi perspektiflerinden yola çıkarak zengin ve detaylı bir bakış açısı sunmaya odaklanır. Araştırma konusuna detaylı bir anlam kazandırmak, katılımcıların bakış açısını belirlemek, doğal bir ortamda veri toplamak amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır(Karataş, 2017: 71-73).

Araştırmada veri toplama işleminde görüşme/mülakat tekniği kullanılmıştır. Bu yöntemde amaç, araştırmaya katılan tüm katılımcılardan elde edilen verileri karşılaştırmak suretiyle ortak yönleri ve farklılıkları belirlemektir. Çalışmada katılımcılarla görüşmek amacıyla önceden randevu alınmış, daha çok ev ortamında, az da olsa iş yeri ortamında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde, katılımcılara görüşme formunda yer alan sorular sorulmuştur. Yapılan görüşmeler yaklaşık 35-45 dakika sürmüştür. Elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 22, 39).

Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmada veri toplama işleminde görüşme tekniği kullanılmıştır. Maliyet ve zaman açısından belirli zorlukları kapsadığı için geniş bir örneklem grubu ile çalışmak zordur. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı araştırmalarda, bir genelleme yapmaya çalışmaktan çok, evrenin içinde bulunan farklılıkları, değişimleri ve çeşitliliği içine alan bir bütün elde edilmeye çalışılmaktadır. Katılım sağlayan bireylerin araştırma konusu ile ilgili ve bilgi sahibi olmalarına özen gösterilmiştir (Neuman, 2012: 320; Yıldırım ve Şimşek, 2008: 87). Çalışmada Şırnak il sınırları içinde ikamet eden en az üç defa mevsimlik gezici tarım işçiliği yapmış 15 kadınla görüşme yapılmış, görüşme sonucunda elde edilen bulgular sunulmuştur.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma mevsimlik gezici kadın tarım işçileri ile yapılan görüşmede kullanılan formdaki sorularla sınırlandırılmıştır. Araştırma yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ve araştırmacı tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formuna katılımcıların verdiği cevaplardaki tüm sınırlılıkları taşımaktadır. Araştırma sonuçları, mevsimlik gezici kadın tarım işçilerin sorunlarına yönelik algı, farkındalık ve uygulamalarını belirleme amacıyla yapılan çalışmaya katılım sağlayan 15 kadın işçinin ifadeleri ve bu ifadelerden elde edilen veriler ile sınırlıdır.

Araştırmanın Bulguları

Tablo 1: Demografik bilgiler

S. No	Rumuz	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durumu	Eğitim Durumu	Çalışma Süresi
1-	K1	Kadın	33	Evli	İlkokul	5 yıl (Dönem)
2-	K2	Kadın	27	Evli	Ortaokul	4 Yıl
3-	K3	Kadın	22	Bekâr	Lise	3 Yıl
4-	K4	Kadın	29	Evli	Ortaokul	3 Yıl
5-	K5	Kadın	24	Evli	Ortaokul	3 Yıl
6-	K6	Kadın	38	Evli	İlkokul	9 Yıl
7-	K7	Kadın	27	Evli	Lise	4 Yıl
8-	K8	Kadın	33	Evli	İlkokul	7 Yıl
9-	K9	Kadın	24	Evli	Ortaokul	3 Yıl
10-	K10	Kadın	30	Evli	Ortaokul	5 Yıl
11-	K11	Kadın	28	Evli	Ortaokul	3 yıl
12-	K12	Kadın	34	Evli	İlkokul	6 Yıl
13-	K13	Kadın	29	Evli	Ortaokul	3 Yıl
14-	K14	Kadın	32	Evli	Lise	5 Yıl
15-	K15	Kadın	30	Evli	Ortaokul	4 Yıl

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların tamamının (% 100) kadın, % 95’inin evli ve % 50’sinin ortaokul mezunu, en yaşlı katılımcının 38, en genç katılımcının ise 22 yaşında olduğu görülmektedir.

Katılımcıların neden gezici mevsimlik tarım işçisi olarak çalışmakta olduklarına yönelik ifadeleri tablo 2’de açıklanmıştır.

Kategori 1: Gezici mevsimlik tarım işçisi olarak çalışma nedenleri

Tablo 2: Neden gezici mevsimlik tarım işçisi olarak çalışıldığına yönelik bulgular

Kod	Katılımcı	Frekans
Düzensiz Gelir	K1,K6,K9,K10,K15	% 33
Yetersiz Gelir düzeyi	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12	% 80
Kalabalık Aile	K1,K8,K13	% 20
İhtiyaçları Karşılama	K1,K2,K15	% 20
Artan Yaşam Maliyetleri	K4,K7,K8,K9,K11,K12,K13,K14	% 53
Aileye Destek	K3,K6,K7,K14	% 26

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların mevsimlik tarım işçisi olarak çalışmalarının en güçlü nedeni olarak % 80 ile yetersiz gelir düzeyi olduğu görülmektedir. Diğer nedenler ise, % 53 ile artan yaşam maliyetleri ve % 33 ile aileye destek amacıyla olduğu belirlenmiştir.

Kategori 2: Tarım alanlarına yolculuk yaparken kullanılan ulaşım şekli ve araçları

Tablo 3: Tarım alanlarına çalışmak için giderken nasıl gidildiğine yönelik bulgular.

Kod	Katılımcı	Frekans
Minibüs	K1,K2,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K13,K14,K15	% 93
Toplu Olarak	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K11,K13,K14,K15	% 73
Tren	K1	% 6
Kamyon	K2,K4,K8,K10,K11,K12	% 40

Tablo 3 incelendiğinde tarım alanlarına en fazla minibüs (% 93) ile ve toplu olarak (% 73) gidildiği görülmektedir.

Kategori 3: Çalışma yerinde altyapı (su, yeme, içme, barınma vb.) imkânlarının yeterliliği

Tablo 4: Çalışma yerinde altyapı (su, yeme, içme, barınma vb.) imkânlarının durumuna yönelik bulgular

Kod	Katılımcı	Frekans
Barınma Sorunları	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K13	% 86
Su Sorunu	K1,K2,K4,K5,K6,K7,K12,K13,K14	% 60
Beslenme Sorunları	K2,K3,K4,K5,K8	% 33
Elektrik Sorunu	K9,K10,K11,K13,K14	% 33

Tablo 4 incelendiğinde çalışma yerinde en fazla (% 86) barınma sorunu yaşandığı görülmektedir. Bununla birlikte su sorunu (% 60), beslenme ve elektrik sorunu (% 33) yaşandığı ifade edilmektedir.

Kategori 4: Ödenen ücret düzeyleri

Tablo 5: Ödenen ücretlerin düzeylerine yönelik bulgular.

Kod	Katılımcı	Frekans
Yevmiye usulü	K6,K9	% 13
Günlük Ücret	K1,K2,K3,K6,K9,K12	% 40
Parça Başına	K1,K2,K3	% 20
Yetersiz	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K14	% 86
Tahsilatta Sorunlar	K4,K5,K6,K7	% 26
Yüksek Maliyetler	K3,K5,K6,K8,K9,K11,K13,K15	% 53

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların ücret düzeyleri ile ilgili görüşlerinin en yoğun olduğu ifade ücret düzeylerini yetersiz (% 86) olduğudur. Bununla birlikte yüksek maliyetler (% 53) ve günlük ücret (% 40) belirlenen diğer ifadelerdir.

Kategori 5: İş sağlığı güvenliği ve sağlık hizmetlerinin kapsamı

Tablo 6: İş sağlığı güvenliği ve sağlık hizmetlerinin karşılanmasına yönelik bulgular

Kod	Katılımcı	Frekans
Sosyal Güvence Yok (S.S.K)	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K9,K10,K12,K13	% 73
Sağlık Ocağında Tedavi	K1,K2,K7,K9,K12	% 33
Sağlığa Ulaşmada Ulaşım Problemi	K1,K5,K6,K8,K9,K10,K11,K14	% 53
Aşırı Sıcak Mevsim	K2,K8	% 13
Hayvan ve Böcek ısırıkları	K2,K5,K6,K8,K9,K12	% 40
İş Kazaları	K4,K5	% 13

Tablo 6 incelendiğinde iş görenler sosyal güvencelerinin olmadığını (% 73), sağlığa ulaşmada problemler yaşadıklarını (% 53) ve hayvan ve böcek ısırıkları (% 40) ile karşılaştıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Kategori 6: Çocukların eğitim durumunun etkilenme derecesi.

Tablo 7: Çocukların eğitim durumlarının nasıl etkilendiğine yönelik bulgular.

Kod	Katılımcı	Frekans
Sınavlara yeterince Hazırlanamama	K1,K6	% 13
Derslerden geri kalma	K1,K2,K4,K5,K6,K8,K10,K11,K12,K13,K15	% 73
Devamsızlık	K2,K3,K4,K6,K7,K9,K11,K12,K14	% 60
Başarısızlık	K3,K6,K7,K8,K9,K12	% 40
Sosyal Uyum Sorunu	K6,K7,K8,K10	% 26

Tablo 7 incelendiğinde katılımcılar çalışma süresince çocukların derslerden geri kaldıklarını (% 73), devamsızlık problemleri ile karşılaştıklarını (% 60) ve başarısızlık (% 40) yaşadıklarını ifade ettikleri görülmüştür.

Kategori 7: Çalışma saatlerinin süresi

Tablo 8: Çalışma saatlerinin süresine yönelik bulgular

Kodu	Katılımcı	Frekans
Uzun Çalışma Süreleri	K1,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K11,K12,K13,K14	% 80
Yoğun Çalışma Saatleri	K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K15	% 80

Tablo 8 incelendiğinde iş gören kadınların uzun çalışma süreleri (% 80) ve yoğun çalışma saatleri ile (%80) ile karşı karşıya kaldıkları ifade edilmiştir.

Kategori 8: Çalışma sürecinde kadın olmaktan dolayı karşılaşılan sorunlar

Tablo 9: Kadın olmaktan dolayı karşılaşılan sorunlara yönelik bulgular

Kod	Katılımcı	Frekans
Çocuklarla İlgilenememe	K1,K3,K4,K5,K6,K7,K9,K10,K11,K12,K15	% 73
Uzun Çalışma Saatleri	K1,K4,K5,K6,K8,K9,K10,K12,K13,K14	% 66
Mahremiyet	K1,K3,K4,K10	% 26
Daha az dinlenme	K2,K4,K5,K9	% 26
Gelirden Yoksunluk	K2	% 6
Ulaşım Sorunları	K3,K4,K5,K8,K14	% 33
Sağlık Problemleri	K6,K7,K9,K10,K11,K12,K13,K14	% 53
Ailenin Bütünlüğü	K7,K8,K9,K11,K12	% 33

Tablo 9 incelendiğinde, iş görenlerin kadın olmaktan dolayı karşılaştıkları en büyük sorunun çocuklarla ilgilenememe (% 73) ve uzun çalışma saatleri (% 66) olduğu görülmektedir. Bununla birlikte sağlık problemleri (% 53), ulaşım sorunları (% 33), ailenin bütünlüğü (% 33), mahremiyet (% 26), daha az dinlenme (% 23) karşılaşılan diğer sorunlar olarak ifade edildiği görülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Kategori 1: Gezici mevsimlik tarım işçisi olarak çalışmanın nedenleri

Çalışmada neden gezici mevsimlik tarım işçisi olarak çalışmaktasınız? Sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, söz konusu nedenlerin, “*Düzensiz Gelir*”, “*Yetersiz Gelir Düzeyi*” ve “*Artan Yaşam Maliyetleri*” olmak üzere 3 temel boyutta yoğunluk kazandığı görülmektedir. Katılımcılardan 33 yaşında, evli ve ilköğretim mezunu olan K8 “ *3 çocuk sahibiyim. Evimiz kira, eşimin yaptığı bir iş var ancak bize yetmiyor. Her şey çok pahalı. Çocukların okul masrafları var. Tüm bunlar için çalışmaya gidiyorum*” şeklinde ifadeler kullanmıştır. 38 yaşında evli ve ilköğretim mezunu olan K6 “*Eşim bir kaza geçirdi. Gelirimiz yetersiz kalıyor. Üç*

çocuğum okula gidiyor. Çalışmak zorundayım” şeklinde açıklamalarda bulunmuştur. Elde edilen sonuçların alan yazında ulaşılan sonuçlarla benzerlik gösterdiği ifade edilebilir. Akbıyık (2011:139) yaptığı çalışmada mevsimlik tarım işçiliğinin temel sebebinin yoksulluk olduğunu ifade etmektedir. Şen ve Altın (2018:187) yaptıkları çalışmada, mevsimlik tarım işçilerinin önemli bir bölümünün kendilerine ait herhangi bir geliri olmayan bireylerden oluştuğunu belirlemiştir.

Kategori 2: Tarım alanlarına yolculuk yaparken kullanılan ulaşım şekli ve araçları

Çalışmada tarım alanlarına çalışmak için nasıl gidiyorsunuz. Hangi ulaşım araçlarını kullanıyorsunuz? Sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, ulaşım faaliyetinin “minibüs”, “kamyon” ve “toplu olarak” olmak üzere üç boyutta gerçekleştiği görülmektedir.

Katılımcılardan, 34 yaşında, evli ve kadın olan K12 “*Tarım alanlarına gitmek zorlu bir yolculuk, 1000-1500 km yol gidiyoruz. Genellikle minibüs kiralityoruz. Tabi çok kalabalık oluyor. Eşyalarımız fazla olunca kamyon kiraladığımız oluyor*” şeklinde açıklamalarda bulunmuştur. 24 yaşında, evli ve kadın olan katılımcı K9 “*Çalışmaya giderken akrabalarımız da var. Onlarla birlikte gidiyoruz. Birlikte minibüs kiralityoruz. Ancak yol çok uzun. Rahatsız oluyoruz.*” İfadelerini kullandığı görülmektedir. Elde edilen verilerin alan yazında ulaşılan sonuçlarla uyumlu olduğu görülmektedir. Kaya ve Özgülnar (2015,120) yaptıkları çalışmada, mevsimlik tarım işçilerin çalışma alanlarına ücretlerini kendileri ödedikleri otobüs veya minibüslerle gittiklerini tespit etmişlerdir. Görücü ve Akbıyık (2010: 198) yaptıkları çalışmada, tarım işçilerinin genellikle ulaşım aracı olarak kamyon ya da kamyonetleri tercih ettiklerini belirlemiştir.

Kategori 3: Çalışma yerinde altyapı (su, yeme, içme, barınma vb.) imkânlarının yeterliliği

Araştırmada, çalışma yerinde altyapı (su, yeme, içme, barınma vb.) çalışmaları yeterli midir? Sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, söz konusu sorunların “Barınma Sorunları”, “Su Sorunu” ve Beslenme Sorunları” olmak üzere üç boyutta yoğunluk kazandığı görülmektedir. Katılımcılardan 38 yaşında, ilkökul mezunu ve kadın olan K6 “*işe gittiğimiz yerlerde barınma imkânımız çok fazla yok. Hep birlikte kalıyoruz. Çok rahat değil. Yeme ve içmemizi kendimiz karşılıyoruz. Su problemi bazen oluyor. Bazen bulunduğumuz yerden uzakta olduğu için taşımak zorunda kalıyoruz.*” Şeklinde ifadeler kullanmıştır. 22 yaşında lise mezunu ve kadın olan K3 “*Çok yeterli olduğunu söyleyemem. Özellikle barınma sorunu var. Toplu bir şekilde kalıyoruz. Aynı çadır altında veya bir baraka da kalıyoruz. Sonbahara doğru yağmur yağıyor. Yeme ve içmemiz toplu*

oluyor. Ailece birlikte yemek yapıyoruz. Yeterince beslendiğimizi söyleyemem.” Şeklinde açıklamalarda bulunmuştur. Elde edilen sonuçların alan yazında yapılan çalışmalarla paralellik gösterdiği görülmektedir. Özbekmezci ve Sahil (2004), yaptıkları çalışmada, mevsimlik tarım işçilerinin en çok karşılaştıkları sorunlardan birinin barınma sorunu olduğunu belirlemişlerdir. İşçilerin günün büyük bir bölümünü açık havada geçirdiklerini, önemli bir kısmının (% 57.7) çadırlarda yaşadıklarını, temel ihtiyaçlarını karşılayacak mekânlardan yoksun olduklarını ifade etmişlerdir. Şen ve Altın (2018: 182) yaptıkları çalışmada, mevsimlik tarım işçilerin kötü barınma koşulları altında ve sosyal güvenceden yoksun bir şekilde çalıştıklarını tespit etmişlerdir.

Kategori 4: Ödenen ücret düzeyleri

Çalışmada verilen ücretler hakkındaki görüşleriniz nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, sürecin “*Günlük*”, “*Yetersiz*” ve “*Yüksek maliyetler*” olmak üzere üç farklı boyutta olduğu görülmektedir. Katılımcılardan 27 yaşında, ortaokul mezunu ve evli olan K2 “*Günlük yevmiyeler üzerinden çalışıyoruz. Ücretlerin çok az olduğunu söyleyebiliriz. Ulaşım, yiyecek, telefon vb. masraflarımız var. Ücretlerimiz yetersiz kalıyor.*” İfadelerini kullandığı görülmektedir. 32 yaşında evli ve kadın olan katılımcı K14 “*Verilen ücretler bize yeterli gelmiyor. 2-3 ay çalışıyoruz. Aldığımız bu parayı kışın 3-4 ayda bitiriyoruz. Bunun için ertesi yıl tekrar gidiyoruz. Aldığımız paranın bir kısmı yol ve yemek masraflarına gidiyor. Bazen ilaçlarımızı kendimiz alıyoruz.*” Şeklinde açıklamalarda bulunmuştur. Elde edilen verilerin alan yazında yapılan çalışmalarla paralellik arz ettiği görülmektedir. Şen ve Altın (2018: 182) yaptıkları çalışmada, mevsimlik tarım işçilerinin düşük ücret ve sosyal güvenceden yoksun bir şekilde varlıklarını sürdürdüklerini belirlemişlerdir. Benek ve Ökten (2011) Şanlıurfa da yaptıkları çalışmada mevsimlik tarım işçilerin yaşadıkları temel sorunların başında düşük ücret ödemeleri olduğunu tespit etmişlerdir.

Kategori 5: İş sağlığı güvenliği ve sağlık hizmetlerinin kapsamı

Çalışmada iş sağlığı ve güvenliği açısından gerekli tedbirler alınmakta mıdır? Sağlık problemlerini nasıl gidermektesiniz? Sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, sürecin “*Sosyal Güvence Yok*”, “*Sağlık Ocağında Tedavi*”, “*Sağlığa Ulaşmada Ulaşım Problemi*”, “*Hayvan ve Böcek Isırmaları*” olmak üzere dört farklı boyuttan oluştuğu görülmektedir. Katılımcılardan evli, 33 yaşında ve ilkokul mezunu olan K1 “*Çalışanların sigortaları yok. Tarlada, bahçede hastalananlar oluyor. Bazen gece rahatsızlananlar oluyor. Özellikle çocuk ve kadınlar sağlık açısından problem yaşıyorlar. En yakın sağlık ocağına gitmek zorunda kalıyoruz. Bazen gitmek için ulaşım problemi de yaşıyoruz.*” Şeklinde

ifadeler kullanmıştır. 27 yaşında, ortaokul mezunu ve kadın olan K2 “*Tarlada çalışıyoruz. Bu konuda yeterli güvenlik tedbirleri alındığını söyleyemeyiz. Hastalandığımızda sağlık ocağına gidiyoruz. Özellikle çocuklarımız bu konuda zorluk çekiyor. Tarlada çalışırken böcek, akrep vb. hayvanlar tarafından ısırılabiliriz. Bazen zehirlenmeler oluyor. Yazın aşırı sıcaklıklara maruz kalabiliriz.*” şeklinde açıklamalar yaptığı görülmektedir. Elde edilen verilerin alan yazında ulaşılan sonuçlar ile uyum sağladığı görülmektedir. Fereli, Aktaş ve Güneş (2017), mevsimlik işçilere yönelik iş sağlığı ve güvenliği önlemlerinin yetersiz olduğunu, işçilerin ağır şartlar altında ve güvencesiz bir şekilde çalıştırıldıklarını belirlemişlerdir. Şimşek ve Eşiğül Yaghmaei (2019), yaptıkları çalışmada, mevsimlik tarım işçileri için yeterli iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerinin alınmadığını, işçilerin bu konuda eğitim almadıklarını tespit etmişlerdir.

Kategori 6: Çocukların eğitim durumunun etkilenme derecesi

Çalışmada çocukların eğitim durumu nasıl etkilenmektedir? Sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, sürecin “*Derslerden Geri Kalma*”, “*Devamsızlık*” ve “*Başarısızlık*” olmak üzere üç farklı boyuttan oluştuğu görülmektedir. Katılımcılardan 33 yaşında, ilkokul mezunu ve kadın olan K8 “*İş yaptığımız zaman çocukların eğitimi çok olumsuz etkileniyor. Okuldan uzak kalıyorlar. Arkadaşlarından uzak kalıyorlar. Derslerinde başarılı olamıyorlar.*” Şeklinde açıklamalarda bulunduğu görülmektedir. 27 yaşında, evli ve kadın olan K7 “*Giderken mecburen çocukları beraber götürüyoruz. Bazen erken gidiyoruz. Geç dönüyoruz. Çocuklar okuldan uzak kalıyor. Devamsızlıkları oluyor. Başarılı olamıyorlar. Derslerle ilgili eksiklikleri oluyor.*” Şeklinde açıklamalar yaptığı görülmektedir. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin alan yazında yapılan çalışmalarla paralellik gösterdiği görülmektedir. Karaman (2013) 115 ile yönelik olarak yaptığı çalışma da, çocuk yaşta bulunanların % 10’unun mevsimlik gezici tarım işçisi statüsünde çalıştığını, bu çocukların okula geç başladıklarını, okula uyum konusunda sorunlar yaşadıklarını, kaliteli eğitimden uzak kaldıklarını, sosyal gelişim, akademik ve duygusal yönden olumsuz etkilendiklerini belirlemiştir. Gökçe ve Fırat (2024: 3078), yaptıkları çalışmada mevsimlik tarım işçilerinin sabit bir konumlarının olmaması nedeni ile çocukların eğitim süreçlerinin olumsuz etkilendiğini ifade etmişlerdir

Kategori 7: Çalışma saatlerinin süresi

Araştırmada, çalışma saatleri hakkında ne düşünüyorsunuz? Sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, katılımcıların süreci “*uzun çalışma süreleri*” ve “*yoğun çalışma saatleri*” şeklinde iki boyutta ifade ettikleri görülmektedir. 38 yaşında evli ve kadın olan K6 “*günde ortalama 8-10 saat çalışıyorum. Bununla*

birlikte çocuklar bizimle birlikte geldikleri zaman onlara da bakmak zorundayım. Benim için çok uzun” şeklinde ifadeler kullanmıştır. 24 yaşında evli ve kadın olan K5 “Günde tarlada ya da bahçede 8-9 saat çalışıyorum. Bu bizi çok yoruyor. Bununla birlikte evin ve ailenin diğer işleri var. Temizlik, yemek, içme vb. Bazen diğer akrabalarımız var. Onlara da yardıma gidiyorum” şeklinde açıklamalarda bulunmuştur. Elde edilen sonuçların alan yazında ulaşılan sonuçlarla paralellik gösterdiği görülmektedir. Katran vd, (2018) kadın işçilerin dinlenme zamanlarının ev işleri nedeni ile kısa olduğunu, iş ortamında günde yaklaşık 10 saat çalışan kadınların, yemek, temizlik, çamaşır, sutaşıma ve çocuk bakma gibi işleri de yaptıklarını, bu nedenle uzun çalışma süreleri ile karşı karşıya kaldıklarını belirlemişlerdir. Öz ve Bulut (2014: 111-112) yaptıkları çalışmada iş görenlerin çalışma alanlarında, ağır şartlar altında ve uzun süreler (12 saat) çalıştıklarını, fiziksel olarak oldukça yıprandıklarını ve çeşitli meslek hastalıklarına yakalandıklarını belirlemişlerdir.

Kategori 8: Çalışma sürecinde kadın olmaktan dolayı karşılaşılan sorunlar

Çalışmada, kadın olduğunuzdan dolayı karşılaştığınız sorunlar nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, söz konusu sorunların, “sağlık problemleri”, “ailenin bütünlüğü”, “uzun çalışma saatleri”, “çocuklarla ilgilenememe”, “ulaşımda sorunlar”, “mahremiyet”, “gelirden yoksunluk” ve “daha az dinlenme” olmak üzere sekiz farklı boyutta gerçekleştiği görülmektedir. 33 yaşında evli ve kadın olan katılımcı K1 “Kadın olduğumuz için sorunlarımız var. Her şeyden önce çocuklarımla tam olarak ilgilenemiyorum. Onların ihtiyaçlarını gidermek için normalden daha fazla çalışıyorum. Yemek hazırlama, temizlik vb. işler beni daha fazla yoruyor. Ailemle birlikte olamıyoruz. Topluca yaşadığımız için sorunlar oluyor.” İfadelerini kullanmıştır. 22 yaşında lise mezunu ve kadın olan K3 “Kadın olduğumuz için bir kere yola çıkarken zorluklar başlıyor. Ulaşımda zorluklar yaşıyoruz. Barınma esnasında mahremiyet sorunlarımız var. Uzun çalışma saatleri. Ailemizin diğer fertlerinden uzakta kalıyoruz. Diğer birtakım sorunlarda yaşıyoruz. “ şeklinde açıklamalarda bulunmuştur. Elde edilen sonuçların alan yazında yapılan çalışmalarla uyum sağladığı görülmektedir. Beyhan (2008) yaptığı çalışmada, tarımsal iş yaşamı süresince karşılaşılan sorunların mevsimlik tarım işçisi kadınları daha fazla etkilediğini, sağlık hizmetlerine erişimde sorunlarla karşılaştıklarını, düşük sosyo-ekonomik düzey ve çocukların sağlık risklerinin de ortaya çıkan diğer sorunlar olduğunu belirlemiştir. Ökten (2024: 804) yaptığı çalışmada, tarım işçisi kadınların sadece çalışma alanlarında değil aynı zamanda sosyal yaşamda da yoğun bir iş yükü ile karşı karşıya kaldıklarını ifade etmektedir. Mevsimlik tarım

işçilerinin tarlada-bahçede çalışma ile birlikte, sosyal yaşamda, temizlik, çocuk bakımı, yeme-içme, ısıtma hazırlıkları gibi işleri de yaptıklarını belirtmektedirler.

Sonuç olarak, ilgili alan yazında yapılan çalışmalar ve elde edilen veriler ışığında aşağıdaki öneriler geliştirilebilir.

- Mevsimlik kadın tarım işçilerin mümkün olduğu kadar ikamet ettikleri şehirde istihdam edilmeleri sağlanmalıdır.
- İkamet ettikleri yerde istihdam imkânı bulunmayan bireylerin çalışma amacıyla farklı şehirlere gitmeleri halinde gerekli ulaşım destekleri verilmelidir. Ulaşım süreci güvenilir hale getirilmelidir.
- Mevsimlik kadın tarım işçilerin çalışma alanlarında barınma sorunlarını ortadan kaldırma amacıyla yerel yöneticiler destek sağlamalıdır. İmkânlar çerçevesinde devlet yurdu ve misafirhanelerinde barınmalarına imkân tanınmalıdır.
- Mevsimlik kadın tarım işçilerin su ve elektrik gibi temel ihtiyaçlarının giderilmesi için kamu yönetimleri gerekli önlemleri almalı ve destek sağlamalıdır.
- Mevsimlik kadın tarım işçilerin çalışma süresince gerekli iş sağlığı güvenliği tedbirleri alınmalı, alına bu tedbirler sürekli olarak kontrol edilmelidir.
- Mevsimlik kadın tarım işçilerine ödenen ücretler denetlenmeli belirli bir seviyenin altına düşmesi engellenmelidir.
- Mevsimlik kadın tarım işçilerin uzun çalışma süreleri dikkate alınarak, günlük çalışma sürelerinin azaltılması yoluna gidilmelidir.
- Mevsimlik kadın tarım işçilerin çalışma süresince çocukları ve aileleri ile daha fazla ilgilenebilmeleri için günün belirli saatlerinde izin verilmelidir.
- Mevsimlik kadın tarım işçilerin sağlık hizmetlerine ulaşımı kolay hale getirilmeli, imkânlar ölçüsünde haftanın belirli günlerinde gezici sağlık ekipleri oluşturularak hizmet verilmelidir.
- Mevsimlik kadın tarım işçilerin sağlık merkezlerine ulaşımı kolay hale getirilmeli, günün belirli saatlerinde servis araçları hizmet vermelidir.
- Mevsimlik kadın tarım işçilerin çocuklarının eğitimlerinin aksamaması için gerekli tedbirler alınmalıdır.

Not: Bu çalışma Şırnak Üniversitesi etik kurulunun 04.09.2026 tarih ve E-74546226-050.04-179796 sayılı yazısı ile etik açısından herhangi bir sakıncanın bulunmadığına karar verilmiştir.

KAYNAKÇA

Akbiyık, N. (2011) Malatya da Çalışan Mevsimlik Tarım İşçilerin Sosyal ve Ekonomik Sorunların İncelenmesi, *Electronic Journal of Social Sciences*, Bahar-2011 Cilt:10 Sayı:36 (132-154).

Akbıyık, T. (2020). Tarım veya Orman İşlerinde Hizmet Akdiyle Süreksiz Olarak Çalışanların Sigortalılığı, *Çalışma ve Toplum*, 3(66), 1483-1500.

Aslan Yılmaz, K. ve Gülçubuk, B. (2021) İnsana Yakışır İş Koşullarının Tarımdaki Karşılığı: Malatya İlinde Kayısı Tarımında İşgücü Kullanım Analizi, *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 109-125.

Ata, R. (2020). Gezici Mevsimlik Tarım İşçileri ve Sosyal Hizmet İhtiyacı: Adıyaman İli Örneği. Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sosyal Hizmet Anabilim Dalı (Y.Yüksek Lisans Tezi).

Benek, S. ve Ökten, Ş. (2011). Mevsimlik Tarım İşçilerinin Yaşam Koşullarına İlişkin Bir Araştırma: Hilvan İlçesi (Şanlıurfa) Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2): 653-676.

Beyhan Y. (2008) *İş Sağlığı- İş Güvenliği ve Beslenme*, Ankara, Sağlık Bakanlığı Yayınları.

Çakır, B. (2014) Tarım sektörü ve Kırsal Kesimde Yaşanan Çözümler Sonucu İş gücü Piyasasında Yaşanan Değişim ve Oluşan İşsizlikte Kamu İstihdam Sorunlarının Rolü Uzmanlık Tezi, Ankara, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü

FAO, (2022). OECD-FAO Agricultural Outlook 2022-2031, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/flb0b29c-en>

Fidan, F. (2020). Mevsimlik Tarım İşçisi Kadınların Sorunları. In 5th International Conference on Humanities and Social Sciences, 156-163.

Gökçe, İ. ve Şahin Fırat, N. (2024). Mevsimlik Tarım İşçilerinin Çocuklarının Karşılaştığı Eğitim Zorlukları ve Çözüm Önerileri: Ebeveyn Görüşleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 62, 3072-3086. <https://doi.org/10.53444/deubefd.1487858>

Görücü, İ. ve Akbıyık, N. (2010). Türkiye’de Mevsimlik Tarım İşçiliği: Sorunları ve Çözüm Önerileri. Hikmet Yurdu: *Düşünce-Yorum Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*(5), 189-219

[https://www.fao.org/statistics/highlights-archive/highlights-detail/employment-indicators-2000-2022-\(september-2024-update\)/en.04.12.2025](https://www.fao.org/statistics/highlights-archive/highlights-detail/employment-indicators-2000-2022-(september-2024-update)/en.04.12.2025)

<https://www.tuik.gov.tr/>. 04.12.2025

Kantar Davran, M., Sevinç, M. R., Özalp, B. ve Sevinç, G. (2018). Türkiye’de Mevsimlik Tarım İşçiliği Olgusunun Toplumsal Cinsiyet ve Çocuk İşçiler Açısından Değerlendirilmesi. *Researcher*, 6(3): 295-316.

Karaman, Z. (2013). Mevsimlik Tarım İşçisi Çocukların Eğitim Hakkına Erişim Durumları ve Sosyal Beceri Yeterliliklerinin Öğretmen Görüşlerine Göre Belirlenmesi.(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

Karataş, Z. (2017) Sosyal Bilim Araştırmalarında Paradigma Değişimi: Nitel Yaklaşımın Yükselişi, *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 68-86.

Kaya, M. ve Özgülnar, N. (2016). Mevsimlik (Gezici/Geçici) Tarım İşçilerinin İki Yerleşim Birimindeki Yaşam Koşulları ve Sağlık Durumlarına Niteliksel Bakış. *Turkish Journal of Public Health*, 13(2), 115-126. <https://doi.org/10.20518/thsd.87652>

Merdan, K. (2024) Türkiye'nin Tarım Sektörü: Tarımının Dünyü, Bugünü ve Yarını, *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), DOI: 10.33399.

Merriam, S. B. (2013). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. (Çev.Selahattin Turan), Nobel Akademik Yay.Eğt.Dan.Tic.Ltd.Şti.

Neuman, L. W. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel yaklaşımlar*, (Cilt I-II), (S. Özge, Çev.). Yayın Odası.

Ökten, Ş. (2024). Mevsimlik Gezici Tarım İşçiliğinde Aile, Akrabalık ve Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadının Durumu. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 794-816. <https://doi.org/10.21547/jss.1363007>

Öz, C.S. ve Bulut, E. (2014) Düzgün İş Bağlamında Mevsimlik Gezici Tarım İşçilerinin Çalışma Koşullarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Alan Araştırması, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2014/6/1

Özbekmezci, Ş. ve Sahil, S. (2004). Mevsimlik Tarım İşçilerinin Sosyal, Ekonomik ve Barınma Sorunlarının Analizi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 19(3), 261-274.

Fereli, S., Aktaş, Ş., ve Güneş, F.E. (2016) Mevsimlik Tarım İşçilerinin Çalışma Koşulları, Beslenme Durumları ve Görülen Sorunlar, *Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi* 2016:1(3): 36-47 (39-40).

Şahin, K. (2022) Kayseri İlinde Mevsimlik Tarım İşçilerinin Ekonomik ve Sosyal Sorunları, *Journal of Agriculture*, 5 (2) 57-63

Şen, B. ve Altın, C. (2018) Mevsimlik Göç ve Yoksulluk İlişkisi: Mevsimlik Tarım İşçileri Örneği, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 2018, Cilt: 11, Sayı: 23, s. 174-192. <https://doi.org/10.12981/motif.470>

Şimşek, M. (2023) Tarımsal İstihdam Ekseninde Tr3 Bölgesi İş gücü Göstergelerine Genel Bakış, *Bölgesel Kalkınma Dergisi*, 1(4).

Şimşek, Z., ve Eşigül-Yaghmaei, S. N. (2019). Mevsimlik Genç Tarım Çalışanları Örneğinde İş Sağlığı ve Güvenliği Alanında Sosyal Hizmet Uygulamalarına Yaklaşım, *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 30(3): 767-795.

Taşçı, F. (2009). Bir Sosyal Politika Sorunu Olarak Göç. *"Kamu-İş" İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 10(4), s. 177-204.

Ulukan, U., Ciğerci Ulukan, N. (2011). *Fındık Üretiminde Çalışma İlişkileri Mevsimlik İşçiler: Perşembe Örneği. 2000'li yıllarda Türkiye'de İktisat ve Siyaset Rüzgarları İçinde* (s.159-175). Ankara: Efil.

Us, K. Ve Akbıyık N. (2023) Tarım Sektöründe İstihdam ve Çalışanların Sosyal Güvenliği, Econharran Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 2023, 7(2).

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık.

Yücel, M. H., ve Çalışkan, Z. (2020). Tarımda Verimlilik ve Makineleşmenin Tarımsal İstihdam Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği. *Ekonomik Yaklaşım Derneği*,

13. Bölüm

Türkiye’de Afet Yönetimi Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlerin Afet Türleri Bakımından Analizi

Salih ÇİFTÇİ¹, Leyla ÇİFTÇİ²

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de afet yönetimi anabilim dalında yazılmış lisansüstü tezleri afet türleri bağlamında analiz etmektir. Çalışma 2 - 4 Haziran 2026 tarihlerinde “Ulusal Tez Merkezi”nde yer alan lisansüstü tezlerden elde edilen verilere dayanmaktadır. Öncelikle “Afet” kavramının yer aldığı toplam 19 anabilim dalından elde edilen veriler incelenmiştir. Araştırma kapsamında toplam 725 tez olduğu görülmüştür. Afetlerle ilgili diğer anabilim dallarında yazılan tezler kapsam dışı bırakılmıştır. Yapılan analizlerde tez türleri arasında en fazla deprem ile ilgili tez yazıldığı görülmüştür. Covid 19 ise bu alanda yazılan bir diğer tez konusu olarak dikkat çekmektedir. Doğa kaynaklı afetler içinde heyelan ise en az çalışılan afet türü olarak kalmıştır.

Afet yönetimi anabilim dalında ise toplam 332 tez yazılmıştır. Bu anabilim dalında yazılan tezlerin de benzer şekilde en fazla deprem konusunda yazıldığı ve en az heyelan konusunda olduğu görülmüştür. Son yıllarda yaşanan depremlerin etki ve büyüklükleri dikkate alındığında alan yazında deprem çalışmalarının fazlalığı dikkat çekmektedir. Benzer durum covid-19 için de geçerlidir. Diğer taraftan orman yangını, heyelan gibi alanlarda lisansüstü çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür.

¹ Doç. Dr. Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, scifteci@bartin.edu.tr. ORCID NO: 0000-0002-0574-2164

² Dr. Arş. Gör. Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, leylac@bartin.edu.tr. ORCID NO: 0000-0001-9436-2050

GİRİŞ

Küresel ısınma, iklim değişikliği, hızlı kentleşme, nüfus artışı ve insan faaliyetleri afetlerin sıklığını ve etkilerini her geçen gün artırmaktadır. Bu durum afetlere ilişkin bilimsel araştırmaların önemini artırmakta ve afet çalışmalarını güncel akademik araştırma alanlarından biri haline getirmektedir. Afetler; meydana getirdikleri can ve mal kayıplarının yanı sıra toplumların ekonomik yapısını, sağlık sistemlerini, eğitim süreçlerini ve sosyal yaşamlarını da derinden etkilemektedir. Bu nedenle afet konusu yalnızca teknik ve mühendislik disiplinlerinin değil; sağlık bilimleri, sosyal bilimler, yönetim bilimleri, ekonomi, psikoloji ve eğitim bilimleri gibi birçok farklı alanın da araştırma gündeminde yer almaktadır. Afetlerin sahip olduğu çok boyutlu yapı, disiplinlerarası araştırmaların gelişmesine katkı sağlamakta ve yeni çalışma alanlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Türkiye, coğrafi konumu ve jeolojik özellikleri nedeniyle başta deprem olmak üzere çeşitli doğal afetlerle sık karşılaşan ülkeler arasında yer almaktadır. Bu yönüyle Türkiye’de afet alanında yapılan çalışmalar için önemli bir saha özelliği taşımaktadır.

Bu araştırmada, Türkiye’de afet alanında eğitim ve araştırma faaliyetleri yürüten anabilim dallarında hazırlanmış lisansüstü tezlerin konu başlıkları açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Lisansüstü tezler, belirli bir bilim alanındaki araştırma eğilimlerini ve öncelikli çalışma konularını ortaya koyan önemli bilimsel kaynaklardır. Bu nedenle afet alanında gerçekleştirilen lisansüstü tezlerin incelenmesi, hem mevcut araştırma eğilimlerinin belirlenmesine hem de gelecekte ihtiyaç duyulan çalışma alanlarının tespit edilmesine katkı sağlayacaktır.

Bu kapsamda 2 – 4 Haziran 2026 tarihleri arasında YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan ve afet alanıyla ilişkili toplam 19 anabilim dalında kabul edilmiş 725 lisansüstü tez doküman incelemesi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda afet alanındaki akademik çalışmaların hangi afet türlerine yoğunlaştığı belirlenerek, Türkiye’deki afet araştırmalarının mevcut durumu ve eğilimleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu yönüyle çalışma, afet alanındaki bilimsel üretimin değerlendirilmesine ve gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalar için yol gösterici bir çerçeve sunmayı hedeflemektedir. Çalışmada öncelikle afet kavramı ve türlerine ilişkin teorik bilgiye yer verilecek, sonrasında tez bulguları sunulacaktır.

AFET KAVRAMI ve TÜRLERİ

İnsanların daha büyük kentlere göç etmesiyle ortaya çıkan yoğun yapılaşma, iletişim ağları, kamu hizmetleri ve ulaşım sistemleri kentsel alanlarda kırılganlığa neden olmaktadır. Küresel iklim değişikliği her geçen gün hava koşullarının olumsuz etkilerine uyum sağlama ve etkileri hafifletme konusundaki zorlukları artırmaktadır (Zeleňáková vd., 2019). Bu koşullar altında, kentlerin ve toplumların

afetlere karşı dirençli hale getirilmesi, risklerin azaltılması ve olası zararların en aza indirilmesi amacıyla afet yönetimi ve afet dayanıklılığı yaklaşımları giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Afetlere karşı dirençli toplumların oluşturulabilmesi, yalnızca fiziksel altyapının güçlendirilmesi ile mümkün görünmemektedir. Günümüzde afet dayanıklılığında yetenek, uyum ve öğrenme vurgusu ön plana çıkmaktadır (Sun vd., 2016: 40). Bireyler ve toplumun afetlere karşı bilinçli bir şekilde hareket etmesini sağlamak için felaket öncesi, felaket anı ve felaket sonrasına ilişkin eğitimler verilmektedir (Arıcı vd., 2023: 651). Bu eğitimler sayesinde bireylerin afetlere hazırlık düzeyi artırılarak, afetlerin neden olabileceği can ve mal kayıplarının azaltılması hedeflenmektedir.

Afetler türlerine göre farklı şekillerde tasnif edilmektedir. Birleşmiş Milletler afet türleri kapsamında 281 tehlikeyi incelemiş ve 8 başlıkta toplamıştır: Hidrolojik ve Meteorolojik Tehlikeler, Dünya Dışı Kökenli Tehlikeler, Jeolojik Tehlikeler, Çevresel Tehlikeler, Kimyasal Tehlikeler, Biyolojik Tehlikeler, Teknolojik Tehlikeler, Toplumsal Tehlikeler (UN, 2025: 5). AFAD (2026) dünyada gözlemlenen afet türlerini jeolojik afetler, iklimik afetler, biyolojik afetler, sosyal afetler ve teknolojik afetler olarak tasnif etmektedir.

Chaudhary ve Piracha (2021: 1101-1102) doğal afetlere neden olan doğal süreç/tehlikeleri jeofiziksel, hidrolojik, meteorolojik, klimatolojik, biyolojik ve dünya dışı kökenli olarak ifade etmektedir. Gökçekuş vd. (2018: 3) afetlerin başlangıç hızlarına ve kaynaklarına göre ayrıldığını ifade etmektedir. Bu ayrıma göre başlangıç hızlarına göre afetler ani ve yavaş olarak ifade edilirken, kaynağına göre doğal ve insan kaynaklı olarak sınıflandırılmaktadır. Doğal afetler ise jeolojik, hidrolojik, meteorolojik, orman yangınları, salgın hastalıklar ve uzay felaketleri olarak sınıflandırılmaktadır (Gökçekuş vd., 2018: 1).

Türkiye afet sayısı ve çeşitliliği ile öne çıkan ülkelerden biridir. 2024 yılında Türkiye’de sırasıyla Orman yangını (5321), su baskını (1818), heyelan (332), deprem³ (194), çığ-aşırı kar tipi yağışı (83) ve maden kazası (19) olmak üzere toplam 7 bin 767 afet gerçekleşmiştir (AFAD, 2026).

Tablo 1. Türkiye’de Son İki Yılda Meydana Gelen Afetler

Orman Yangını	5.321
Su Baskını	1.818
Heyelan	332
Deprem	194
Çığ-Aşırı Kar Tipi Yağışı	83
Maden Kazası	19

Kaynak: AFAD, 2025.

³ 4.00 şiddeti üstü gerçekleşen depremler

Türkiye’de en sık gerçekleşen afet orman yangınlarıdır. Küresel iklim değişikliği her geçen gün hava koşullarının olumsuz etkilerine uyum sağlama ve etkileri hafifletme konusundaki zorlukları artırmaktadır (Zeleňáková vd., 2019). İklim değişikliği parametreleri olan kuraklık, sıcaklık, yağış, bağıl nem ve rüzgar orman yangınları ile doğrudan ilişkilidir (Dabanlı, 2021: 27). İklim değişikliğinin etkisiyle daha zorlayıcı yangın hava koşulları, daha uzun yangın sezonları ve daha büyük çaplı yangınlar gerçekleşeceği öngörülmektedir (Singh, 2024: 9). Son birkaç on yıldır dünya genelinde yanmış alanlar beş kat daha artmıştır (Parsa ve Zehra, 2022: 121).

Bir diğer sık afet olan su taşkını/seller yağış, mevsimsel kar erimesi, deniz (gelgit, fırtına dalgası), dik havzalardaki yağış ve hızlı akış (ani sel) gibi farklı şekillerde gerçekleşebilmektedir (Raadgever vd., 2018a: 86). Yoğun yağış, muson yağmurları, tropikal kasırgalar, kar erimesi, yetersiz drenaj sistemleri ve barajların yapısal başarısızlıkları, kısa süreli şiddetli yağmur, dalga yükseklikleri ve çığlar (Halgamuge ve Nirmalathas, 2017) yanında bölgenin sosyal, ekonomik ve ekolojik özellikleri de yerel risk büyüklüğünü etkilemektedir (Zhang vd., 2020: 1). Seller, deprem ve tufan gibi afetlere göre daha zararlı etkiler yaratabilmektedir (Sundermann vd. 2014). Sele karşı savunmasızlık ölüm, hastalık, psikolojik travma, göç, mülk kaybı ve yoksulluk gibi birçok olumsuz sonuç üzerindeki etkisini belirlemektedir (Tellman vd., 2021: 80). Sel Avrupa’da 1998-2009 yılları arasında binden fazla ölüm ve 50 milyar Euro’yu aşan ekonomik hasara sebep olmuştur (EEA, 2010).

Diğer bir önemli afet heyelandır. Heyelanlar, jeolojik-jeomorfolojik – klimatolojik-meteorolojik etken ve süreçler ile insanların çeşitli etkinliklerine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Öztürk, 2002: 35). Heyelanlar düşme, devrilme, kayma, yayılma veya akma şeklinde gerçekleşebildiği gibi aynı anda birden fazla türde de görülebilir (KGM, 2015: 2-20). Jeolojik, topografik ve çevresel faktörler hazırlayıcı faktörler olarak, deprem, yağış ve insan etkisi ise tetikleyici faktör olarak ifade edilmektedir (Gökçeoğlu ve Ercanoğlu, 2001: 194).

Depremler, en yıkıcı doğal afetler arasında yer almaktadır. Depremlerle ilgili çok sayıda araştırma olmasına rağmen, hâlâ insan yaşamına yönelik riskleri azaltabilecek, günlük sorunları etkin biçimde yönetebilecek ve hassas bölgeleri deprem felaketlerinden koruyabilecek etkili çözümlere ihtiyaç duyulmaktadır (Abdalzاهر vd., 2024: 23). Bu durum, deprem riskinin yalnızca doğal bir tehlike olarak değil, aynı zamanda sosyal, ekonomik ve yönetsel boyutları bulunan çok yönlü bir sorun olarak ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Depremlerin ortaya çıkardığı zarar arazinin yapısı yanında binaların dayanıklılığı, ülkelerin gelişmişlik düzeyi ve deprem bilinci ile (Sözcü, 2019: 1-

8) doğrudan ilgilidir. Depremlerin yol açtığı kayıpların azaltılabilmesi için risklerin önceden belirlenmesi, yapı güvenliğinin sağlanması ve toplumun afetlere karşı hazırlıklı hale getirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Çığ, genelde orman olmayan ya da az olan eğimli arazilerde kar kütlesinin vadi tabanına doğru hızla akması veya yuvarlanmasıdır (Göl, 2005: 50). Çığ iklim özellikleri, yamaç eğimi, bakı, kar tabakalarının yapısı, yamaç örtüsü, yamaçların jeolojik ve toprak özellikleri sebepleriyle gerçekleşebilmektedir (Göl, 2005: 51). Çığ can kaybı yanında hanelere ve yerleşim yerlerine zarar vererek ekonomik kayba da yol açmaktadır (Gürer, 1995: 68). Çığlar, yerleşim birimleri, dağ spor ve turizm tesisleri, karayolları, köy yolları, demiryolları, haberleşme ve enerji nakil hatları, sanayi, askeri ve diğer benzeri tesisler için tehlike oluşturmaktadır (MGM, 2026).

AFAD verilerine göre en az gerçekleşen afet maden kazaları olmuştur. Madencilik sektörü iş kazası ve meslek hastalıklarının en fazla görüldüğü sektörlerden biri olarak ifade edilmektedir (Arslanhan ve Cünedioğlu, 2010: 3). Bu durum madencilik sektörünün doğası gereği taşıdığı riskten kaynaklanmaktadır (Dündar vd., 2018: 424). Dünyada ve Türkiye’de yer altı madenciliğinde büyük kazaların en büyük nedeni grizu patlamalarıdır (Özdemir vd., 2023: 113). Grizu patlamaları, yüksek can kayıplarına ve ciddi ekonomik zararlara yol açabilmekte, aynı zamanda madencilik faaliyetlerinin uzun süre aksamasına neden olabilmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmada 2-4 Haziran 2026 tarihlerinde YÖKSİS veri tabanında “afet” anabilim dallarında yer alan tezler incelenmiştir. Türkiye’de farklı yükseköğretim kurumlarında eğitim verilen toplam 19 anabilim dalındaki 725 tez incelenmiştir.

Bu anabilim dalları:

- *Acil Durum Ve Afet Yönetimi Anabilim Dalı,*
- *Acil Durum Ve Afetlerde Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı,*
- *Acil Yardım Ve Afet Yönetimi Anabilim Dalı,*
- *Afet Eğitimi Ve Yönetimi Anabilim Dalı,*
- *Afet Eğitimi Ve Yönetimi Anabilim Dalı (Disiplinlerarası),*
- *Afet Tıbbı Anabilim Dalı,*
- *Afet Ve Acil Durum Anabilim Dalı,*
- *Afet Ve Acil Durum Yönetimi Anabilim Dalı,*
- *Afet Ve Acil Durum Yönetimi Anabilim Dalı (Disiplinler Arası)*
- *Afet Ve İnsani Yardım Yönetimi Anabilim Dalı,*

- *Afet Ve Savaş Sonrası İmar Ve Rehabilitasyon Anabilim Dalı,*
- *Afet Yönetimi Anabilim Dalı,*
- *Afet Yönetimi Anabilim Dalı (Disiplinlerarası),*
- *Afetlerde Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı,*
- *Deprem Mühendisliği Ve Afet Yönetimi Anabilim Dalı,*
- *Doğal Afetlerin Risk Yönetimi Anabilim Dalı,*
- *Doğal Afetlerin Risk Yönetimi Anabilim Dalı (Disiplinlerarası),*
- *Travma Ve Afet Çalışmaları Uygulamaları Anabilim Dalı,*
- *Travma Ve Afet Çalışmaları Uygulamalı Ruh Sağlığı Anabilim Dalı*’dır.

Araştırma kapsamında öncelikle 19 anabilim dalında yazılan tezler başlıkları bakımından afet türleri bağlamında incelenmiştir. Daha sonra afet yönetimi anabilim dalında yazılan tezler incelenerek afet türleri bakımından değerlendirme yapılmıştır. Çalışma yalnızca Ulusal Tez Merkezi sayfasında belirtilen tarih aralıklarında yer alan tez çalışmalarını kapsamaktadır. Diğer farklı anabilim dallarında yürütülen afetle ilgili çalışmalar kapsam dışı bırakılmıştır. Bu yöntemle afet özelinde açılan anabilim dallarının hangi afet türlerini öncelikli çalışma konusu olarak seçtiklerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

BULGULAR

Tablo 2. Düzeylerine Göre Tez Sayıları

Tez Sayısı	Yüksek Lisans	Doktora
725	663	62

19 anabilim dalında yer alan tezler incelendiğinde 62’si doktora, 663’ü yüksek lisans olmak üzere toplam 725 tez olduğu görülmüştür. Bu tezler 19 farklı anabilim dalında yer almakla birlikte en yüksek sayıda tezin “Afet yönetimi” anabilim dalında yer aldığı görülmektedir.

Tablo 3. Anabilim Dallarına Göre Tez Sayıları

Anabilim Dalı	Tez Sayısı
Acil Durum Ve Afet Yönetimi Anabilim Dalı	79
Acil Durum Ve Afetlerde Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı	5
Acil Yardım Ve Afet Yönetimi Anabilim Dalı	15
Afet Eğitimi Ve Yönetimi Anabilim Dalı	76
Afet Eğitimi Ve Yönetimi Anabilim Dalı (Disiplinlerarası)	16
Afet Tıbbı Anabilim Dalı	43

Afet Ve Acil Durum Anabilim Dalı	-
Afet Ve Acil Durum Yönetimi Anabilim Dalı	1
Afet Ve Acil Durum Yönetimi Anabilim Dalı (Disiplinler Arası)	13
Afet Ve İnsani Yardım Yönetimi Anabilim Dalı	13
Afet Ve Savaş Sonrası İmar Ve Rehabilitasyon Anabilim Dalı	30
Afet Yönetimi Anabilim Dalı	328
Afet Yönetimi Anabilim Dalı (Disiplinlerarası)	4
Afetlerde Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı	6
Deprem Mühendisliği Ve Afet Yönetimi Anabilim Dalı	-
Doğal Afetlerin Risk Yönetimi Anabilim Dalı	56
Doğal Afetlerin Risk Yönetimi Anabilim Dalı (Disiplinlerarası)	1
Travma Ve Afet Çalışmaları Uygulamaları Anabilim Dalı	1
Travma Ve Afet Çalışmaları Uygulamalı Ruh Sağlığı Anabilim Dalı	38
Toplam	725

Tablo 4. Tezlerin Afet Türlerine Göre Tasnifi ⁴

Deprem	112
Sel/Su Taşkını	12
Orman Yangını	9
Maden	4
Heyelan	2

19 anabilim dalında yer alan tezler incelendiğinde doğal afet türleri bakımından en fazla tezin deprem, en az tezin ise heyelan konusunda yazıldığı görülmektedir. Deprem 112, sel 12, orman yangını 9, maden 4 ve heyelan 2 tez çalışmasının konusunu oluşturmaktadır. Bu doğal afetler yanında lisansüstü tezlerde en fazla çalışılan konu COVID-19 olmuştur. Aynı zamanda Kimyasal, Biyolojik, Radyolojik ve Nükleer (KBRN) tehlikeler ve İklim değişikliği de tez çalışmalarında öne çıkan konulardandır.

Tablo 5. Düzeylerine Göre Tez Sayıları (Afet Yönetimi Anabilim Dalı)

Tez Sayısı	Yüksek Lisans	Doktora
332	279	53

Ulusal Tez Merkezinde Afet Yönetimi Anabilim Dalının farklı Enstitüler içerisinde yer aldığı görülmektedir. Bunlar: Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Deprem Mühendisliği ve Afet Yönetimi Enstitüsü ve Yurtdışı Enstitüsüdür. Afet yönetimi anabilim dalında yazılan tezler incelendiğinde ise 279'u yüksek lisans

⁴ Covid 19 (50), KBRN (29), İklim Değişikliği (27), Savaş (7), Nükleer atık ve santraller (8), Diğer (kitlemel göç ve hareketler, terör, uçak kazaları, su kıtlığı, CO2 emisyonu, kuraklık, atık, bulaşıcı hastalık vb.)

ve 53'ü doktora olmak üzere toplam 332 tez yer aldığı görülmektedir. Bu tezlerin 328'i afet yönetimi, 4'ü ise afet yönetimi disiplinler arası alandır.

Tablo 6. Tezlerin Afet Türlerine Göre Tasnifi⁵(Afet Yönetimi Anabilim Dalı)

Deprem	47
Sel/Su Taşkını	7
Orman Yangını	7
Maden	3
Heyelan	2

Afet yönetimi anabilim dalında yazılan tezlerin afet türleri bakımından dağılımı incelendiğinde en fazla deprem (47) alanında çalışma yapıldığı görülmektedir. Sonra sırasıyla sel (7), orman yangını (7), maden ve heyelan bulunmaktadır. Aynı zamanda iklim değişikliği ve COVID-19 konusu da bu afet türleri dışında öne çıkan akademik konu başlıkları arasında yer almaktadır.

SONUÇ

Küresel ısınma, iklim değişiklikleri ve insan faaliyetlerinin etkisiyle her geçen gün artan afet riskleri bu alanda yapılan bilimsel çalışmaların da artmasına sebep olmaktadır. Afetlerin sıklığında ve şiddetinde meydana gelen artış, afet risklerinin daha iyi anlaşılması ve etkilerinin azaltılmasına yönelik araştırmalara olan ihtiyacı artırmaktadır. Özellikle güncel bir konu olması sebebiyle araştırmacılar için afet önemli bir araştırma konusu olarak son yılların önemli alanlarından biri olma özelliği taşımaktadır.

Afetlerin teknik, fiziki, coğrafi, idari, sosyal, ekonomik ve sağlık gibi birçok alana etkisi konuyu pek çok bilim insanının araştırma alanı haline getirmektedir. Sahip olduğu bu özellik nedeniyle disiplinlerarası yeni çalışma alanlarının ortaya çıkmasına da katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmada 19 anabilim dalında Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan lisansüstü tezler konu başlıklarına göre incelenmiş ve en fazla çalışılan afet türünün depremler olduğu görülmüştür. Sonuçlar yaşanan büyük depremler sebebiyle deprem konusunun Türkiye’de son yılların en önemli gündem konusu olması bakımından anlamlıdır. Son yıllarda meydana gelen depremler etki büyüklüğü ve zararları bakımından araştırmacılar için önemli bir çalışma sahası halini almıştır. Diğer taraftan küresel bir salgın haline gelerek pek çok can kaybı ve ekonomik etkilere yol açan COVID-19 da bu kapsamda araştırmacıların yoğun olarak tercih ettiği konu alanlarından biri olmuştur. Süresi, etki ve

⁵ İklim Değişikliği (19), Covid 19 (18), KBRN (11), Nükleer atık ve santraller (6), Diğer (Atık yönetimi, volkanik hareketlilik (2), kitlesel olaylar, kırmı Kongo, kimyasal yaralanma, bulaşıcı hastalık vb.).

sonuçları bakımından sahip olduğu önem sebebiyle bu konunun tercih edilmesi de makul bir yaklaşımdır.

Son yılların önemli afet olaylarından orman yangını ve su taşkınlarının ise diğerk afet türlerinden daha az ilgi gördüğü görölmektedir. Oysa iklim değışikliği, küresel ısınma gibi faktörlerin en fazla tetiklediğı afetlerden su taşkınları ve orman yangınlarının AFAD verilerinden de anlaşılacağı üzere sayıları oldukça fazladır. Bu alana ilginin az olmasının yanında sayıca çok olmalarına rağmen genellikle yerel düzeyde kalmaları, can kaybı bakımından deprem ve COVID-19'a göre daha az zarar vermeleri, gündelik hayata etkilerinin daha kısa süreli olması ve kapsamlı olmaması gibi gerekçeler gösterilebilir. Bu alanlarda yapılacak çalışmaların özgün ve faydalı olacağı ve literatüre önemli katkılar sağlayabileceğı anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abdalzاهر, M. S., Krichen, M. ve Falcone, F. (2024). Emerging technologies and supporting tools for earthquake disaster management: A perspective, challenges, and future directions. *Progress in Disaster Science*, 23, 100347, <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2024.100347>.
- AFAD (2026). Afet istatistikleri, https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/e_Kutuphane/Istatistikler/2024-Yili-Doga-Kaynakli-Olay-Istatistikleri.pdf.
- AFAD. (2026). İnsan Kaynaklı Afetler. <https://www.afad.gov.tr/afadem/insan-kaynakli-afetler>.
- Arıcı, F., Bozkaya, H., Cengiz, E., & Kuzey, M. (2023). Education in Disaster Situations: The Impact of The Kahramanmaraş Earthquake on Teachers' Experiences. *Sakarya University Journal of Education*, 13(4 - Special Issue - Disaster Education and Education in Disaster Regions), 650-684. doi: <https://doi.org/10.19126/suje.1375691>.
- Arsılanhan, S. & Cünedioğlu, H. E. (2010). Madenlerde Yaşanan İş Kazaları ve Sonuçları Üzerine Bir Değerlendirme. TEPAV Değerlendirme Notu.
- Chaudhary, M. T., & Piracha, A. (2021). Natural Disasters—Origins, Impacts, Management. *Encyclopedia*, 1(4), 1101-1131. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia1040084>.
- Dabanlı, İ. (2021). İklim Değişikliği ve Artan Orman Yangınları İlişkisi. Orman Yangınları Sebepleri, Etkileri, İzlenmesi, Alınması Gereken Önlemler ve Rehabilitasyon Faaliyetleri (Ed. T. Kavzoğlu), 25-42.
- Dündar, S., Bilim, N., & Bilim, A. (2018). Ülkemizdeki maden sektöründe meydana gelen iş kazası ve meslek hastalıklarının analizi. *Bitlis Eren Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 7(2), 423-432. <https://doi.org/10.17798/bitlisfen.435729>
- EEA. (2010) Mapping the impacts of natural hazards and technological accidents in Europe – an overview of the last decade. *EEA Technical Report* 13/2010.
- Gökçekuş, H., Barlas, C. Almuhsen, M. ve Eyni, N. (2018). Doğal ve İnsan Kaynaklı Afetler, Sonuçları ve Afet Yönetimi. <https://sivilsavunma.gov.ct.tr/Portals/33/Dogal-ve-Insan-Kaynakli-Felaketler-Sonuc-ve-Afet-Yonetimi.pdf>.
- Gökçeoğlu, C. ve Ercanoğlu, M. (2001). Heyelan duyarlılık haritalarının hazırlanmasında kullanılan parametrelere ilişkin belirsizlikler. *Yerbilimleri*, 23 (2001), 189-206.
- Göl, C. (2005). Çığ Olgusu Ve Ormancılık. Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 1, 49-63.

- Gürer, İ. (2005). Çığ Afeti Ve Ülkemizdeki Çalışmalar. Türkiye Mühendislik Haberleri. <https://www.imo.org.tr/Eklenti/2260,1118pdf.pdf?0>.
- Halgamuge, M.N., Nirmalathas, A. (2017). Analysis of large flood events: based on flood data during 1985–2016 in Australia and India. *Int. J. Disaster Risk Reduct.* <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2017.05.011>.
- KGM. (2015). Heyelan Tanımlama Ve Veri Oluşturma Kılavuzu. <https://www.kgm.gov.tr/SiteCollectionDocuments/KGMdocuments/Baskanliklar/BaskanliklarTeknikArastirma/Yeni%20Klas%C3%B6r/Yay%C4%B1mlar/HeyelanTan%C4%B1mlamaK%C4%B1lavuzu.pdf>. (14.01.2026).
- MGM. (2026). Meteoroloji Ve Çığ. <https://www.mgm.gov.tr/files/genel/makale/meteorolojivecig.pdf>.
- Özdemir, C., Tunca, B., & Çöl, M. (2023). Dünyada ve Türkiye’de Maden Kazaları. *Karaelmas Journal of Occupational Health and Safety*, 7(2), 109-118. <https://doi.org/10.33720/kisgd.1245729>.
- Öztürk, K. (2002). Heyelanlar ve Türkiye’ye Etkileri. G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt 22, Sayı 2 (2002) 35-50.
- Parsa, P, S, A. ve Zehra, K. (2022). Forest Fires and Climate Change: Causes, Effects and Management. *Disaster & Development*, Vol. 11, Issue 02, July to December 2022, 107-123.
- Raadgever, G. T. T., Booister, N., & Steenstra, M. K. (2018a). The Relevance Of Flood Risk Management And Governance. T. Raadgever & D. Hegger (Eds.) içinde *Flood risk management strategies and governance* içinde (s. 85-92), Springer.
- Singh, A. P. (2024). Forest Fire Causes, Impacts And Management: A Comprehensive Review. *Futuristic Trends in Agriculture Engineering & Food Sciences*, e-ISBN: 978-93-5747-585-3 IIP Series, Volume 3, Book 8, Part 2, Chapter 1, 5-20.
- Sözcü, U. (2019). *Natural Disasters And Natural Disaster Literacy*. Ankara: Pegem Akademi.
- Sun, H., Cheng, X., and Mengqin Dai, M. (2016). Regional flood disaster resilience evaluation based on analytic network process: a case study of the Chaohu Lake Basin, Anhui Province, China. *Nat Hazards* (2016) 82:39–58. DOI 10.1007/s11069-016-2178-3.
- Sundermann, L., Schelske, O., & Hausmann, P. (2014). *Mind the Risk – A Global Ranking of Cities under Threat from Natural Disasters*. Switzerland, Zurich.
- Tellman, B. Sullivan, J. A., Kuhn, C., Kettner, A. J., Doyle, C. S., Brakenridge, G. R., Erickson, T. A., Slayback, D. A. (2021). Satellite imaging reveals

increased proportion of population exposed to floods. *Nature*. 596. 80-100. <https://doi.org/10.1038/s41586-021-03695-w>.

United Nations Office for Disaster Risk Reduction, & International Science Council. (2025). UNDRR–ISC Hazard Definition & Classification Review: 2025 Update of the Technical Report. <https://doi.org/10.24948/2025.04> Geneva, Switzerland, United Nations Office for Disaster Risk Reduction, Paris, France, International Science Council.

YÖK (2026) Ulusal Tez Merkezi, <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>. 2-5 Haziran 2026.

Zeleňáková, M., Fijko, R., Labant, S., Weiss, E., Markovič, G., Weiss, R. (2019.) Flood risk modelling of the Slatvinec stream in Kružlov village, Slovakia. *J. Clean. Prod.* 212, 109–118. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.008>.

Zhang, D., Shi, X., Xu, H., Jing, Q., Pan, X., Liu, T., Wang, H., Hou, H., (2020). A GIS-based spatial multi-index model for flood risk assessment in the Yangtze River Basin, China, *Environmental Impact Assessment Review*, July 2020, 106397, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2020.106397>.

Türkiye’de Açık Karbon Fiyatlandırması Araçlarına İlişkin Bir Değerlendirme

Seda CANPOLAT BİCAKCI ¹, Tülin TUNÇ²

GİRİŞ

Günümüzde iklim değişikliği ve çevre kirliliğinin sürdürülebilir yaşamı tehdit ederek küresel boyutta sonuçlar yaratması, üretim ve tüketim faaliyetlerinin yol açtığı çevresel yıkımın küresel ölçekte ele alınmasına neden olmuştur. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) çerçevesinde özellikle hava kirliliğinin azaltılmasına yönelik küresel önlemler hayata geçirilmektedir. Birleşmiş Milletlerin 17 sürdürülebilir kalkınma hedefinden biri olan 13. Hedef “İklim değişikliği ve etkileriyle mücadele etmek için acil önlem alınmalı” şeklinde belirlenmiştir. Bu hedef, iklim değişikliği ve hava kirliliğine yol açan sera gazı emisyonlarına yönelik önlem alınması gerektiği üzerinedir. Sera gazı emisyonlarının, özellikle de bu emisyonlar içinde önemli bir yer tutan karbondioksit (CO₂) emisyonunun azaltılması, uluslararası iklim politikalarının temelini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, karbon emisyonlarını sınırlandırmaya yönelik açık karbon fiyatlandırması araçları olarak kabul edilen karbon vergisi ve emisyon ticaret sistemleri (ETS) uluslararası düzeyde öne çıkan politika araçları haline gelmiştir³. Özellikle Avrupa Birliği'nin (AB) Yeşil Mutabakat çerçevesinde hayata geçirdiği Sınırdan Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM), karbon fiyatlandırmasını yalnızca yerel bir çevre politikası olmaktan çıkarak, küresel ticaretin önemli bir unsuru haline getirmektedir. AB ile oldukça yakın ticari ilişkiler içinde olan Türkiye gibi ülkeler için SKDM, ulusal bir karbon fiyatlandırma mekanizması kurmayı neredeyse bir zorunluluk haline getirmektedir. SKH içinde yer alan 17. Hedef ise “Amaçlar için ortaklıklar” şeklinde belirlenmiş olup, küresel hedeflerin tüm

¹ Arş. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi ORCID: 0000-0003-2052-5413

² Arş. Gör. Dr. Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

ORCID: 0000-0003-2710-4777

³ Karbon vergileri ve emisyon ticaret sistemleri, IMF, OECD, UNCTAD, WB, ve WTO (2024: 9) ortak çalışmasında iklim değişikliğini hafifletme politika araçlarından açık karbon fiyatlandırması kategorisinde yer almaktadır. Çalışmada örtük karbon fiyatlandırması kategorisinde yakıt özel tüketim vergileri, yakıt sübvansiyonları (negatif karbon fiyatları), yakıtlar için katma değer vergisi farklılaştırması şeklinde araçlardan bahsedilmiştir. Bunların dışında azaltım kredilendirmesi; teknolojiler, verimlilik ve diğer azaltım odaklı faaliyetlere yönelik teşvik temelli politikalar gibi farklı önerilere yer verilmiştir.

üye ülkeler ve uluslararası kuruluşlar gibi kurumlar kapsamında ortak hareket edilmesiyle gerçekleştirilebileceği vurgulanmıştır. Bu bağlamda, uluslararası politika raporlarında, ulusal ve uluslararası literatürde Türkiye'nin de karbon vergisi ve/veya ETS uygulamasına geçmesi gerektiği sıklıkla vurgulanmaktadır.

Türkiye'de bir karbon vergisinin yakın veya orta vadede uygulanabilirliği oldukça tartışmalıdır. Uygulamaya dönük zorluklar birçok açıdan ele alınmakta ancak bu zorlukların temelinde yatan mali hedefler ve ekonomik öncelikler ile çevresel hedeflerin çatışmasında devletin rolüne ve bütçe tercihlerine ilişkin çelişiklere çok az değinilmektedir. Diğer taraftan, küresel olarak çevresel hedeflere uyum sağlama ve iklim krizine karşı sorumluluk üstlenme çabası resmi söylemlerde yer bulurken, uygulamada iktisadi büyümeyi, sanayi üretimini ve uluslararası rekabet gücünü sürdürme hedefi ağır basmaktadır. Bu çelişki, kamu maliyesi ve bütçe politikalarında somutlaşmaktadır. Örneğin, tüketim aşamasında akaryakıt üzerinden alınan yüksek oranlı dolaylı vergiler dolaylı bir karbon fiyatlandırması gibi görünse de, üretim, dağıtım ve sanayi süreçlerinde fosil yakıtlara yönelik vergi teşvikleri ve vergi dışı mali ayrıcalıklar, emisyon azaltımı hedefleriyle çelişen bir mali yapıya işaret etmektedir. Bu çalışma açık karbon fiyatlandırması araçlarının Türkiye'de uygulanabilirliğini ekonomik ve çevresel hedefler arasındaki çatışma çerçevesinde değerlendirmektedir. Bu bağlamda öncelikle fosil yakıt ağırlıklı enerji sektörüne yönelik uygulamalar ve öneriler küresel ve ulusal ölçekte ele alınmakta, sonrasında fosil yakıt üretimi, dağıtımı ve kullanımına ilişkin mali ayrıcalıklar vergi harcamaları çerçevesinde tartışılmaktadır.

1. Ekonomik ve Çevresel Hedefler Arasındaki Çatışma

Küresel ölçekte enerji sektörü, sanayileşme sürecinden bu yana ekonomik büyümenin itici gücü olmuş ancak aynı zamanda hava kirliliği başta olmak üzere sürdürülebilir yaşamı tehdit eden sorunlara yol açan sera gazı emisyonlarının da en büyük kaynağını oluşturmuştur. Son yıllarda alternatif enerji kaynaklarının oluşturulması ve kullanımının yaygınlaştırılmasına yönelik çabalar hız kazanmış olsa da enerji sektörüne ağırlıklı olarak kömür, petrol ve doğal gaz gibi fosil yakıtların hakim olduğu bilinmektedir. Fosil yakıtların sektördeki hakimiyeti hızlı bir dönüşümü maliyetli hale getirmektedir. Türkiye'de enerji sektöründe dışa bağımlılık, artan enerji talebi ve sanayileşme sürecinin niteliği enerji politikalarının belirleyici unsurları olarak öne çıkmaktadır. Sera gazı emisyonlarında sektörel olarak en büyük paya sahip olan enerji sektörü Türkiye'de de ağırlıklı olarak fosil yakıtlara dayanmaktadır. Bu bağımlılık, ekonomi ve çevre hedefleri arasında bir çatışma yaratmakta,

çevresel hedeflere ulaşmak amacıyla tasarlanacak politika araçlarının, ekonominin üretim kapasitesini daraltmadan, rekabet gücünü azaltmadan nasıl uygulanacağı sorununun beraberinde getirmektedir.

Teorik açıdan bu çatışma piyasa başarısızlıkları kapsamında ele alınır. İktisat teorisi, iklim değişikliği ve çevre kirliliği gibi sorunları, piyasa mekanizmasının bir aksaklığı⁴ olan ‘negatif dışsallık’ kavramı üzerinden açıklar. Negatif dışsallık üretim veya tüketim faaliyetlerinin üçüncü taraflara veya çevreye fiyat mekanizması dışında bir maliyet yüklemesi olarak ifade edilebilir. Serbest piyasadaki fiyat mekanizmasına kendiliğinden yansımaya bu piyasa başarısızlığını gidermenin yolu, çevreye verilen zararın maliyetini içselleştirmektir. İçselleştirme sürecinde teori, kirlilik vergisi ve kirlileme sertifikaları olmak üzere piyasa temelli iki politika aracı önerir⁵. A.C. Pigou’nun faydacı yaklaşımına dayanan kirlilik vergisi (karbon vergisi, çevre vergileri vb.), çevresel zararın maliyetini bir vergi oranıyla fiyatlandırarak ‘kirlileten öder’ ilkesini işletir ve ekonomik aktörleri daha az emisyon üretmeye teşvik eder. Kirlileme sertifikaları (ETS, karbon kredisi vb.) ise, aynı ilke çerçevesinde devlete belirli bir emisyon üst sınırı, diğer bir ifadeyle kota belirleme ve bu kota dahilinde piyasa aktörlerine alınıp satılabilir ‘kirlileme hakları’ tahsis etme rolü verir.

Açık karbon fiyatlandırmasında hem karbon vergisi hem de ETS uygulamaları bazı zorluklar barındırır. Karbon vergisi, CO₂ emisyonlarına bir fiyat belirleyerek üreticileri ve tüketicileri emisyon miktarını belirlemeye yönlendirir. Karar vericiler fiyatı belirlerken piyasa emisyon seviyelerini belirler. Bu durum asimetric bilgi veya tüketici tercihleri gibi faktörler nedeniyle belirsizliğe yol açabilir. Emisyon ticaret sisteminde ise karar vericiler emisyon seviyelerini belirlerken piyasa karbon fiyatını belirler. ETS fiyat oynaklığı içerdiği için oluşan belirsizlik, firmaların uzun vadeli yatırım kararlarını etkileyebilir. Emisyon ticareti, emisyon izinlerini yönetmek, uyumluluğu izlemek, açık artırmalar düzenlemek ve dolandırıcılığı önlemek için özel düzenlemeler ve özel bir idari yapı gerektirir. Ayrıca ETS’de emisyon azaltımını desteklemek için tamamlayıcı politikalar kullanılması araçlar

⁴ Piyasa aksaklığı ve piyasa başarısızlığı kavramı terimine yönelik bir değerlendirme için bkz. Kayıran (2008: 653).

⁵ Çevre sorunlarına yönelik araçlar hukuki, mali ve destekleyici araçlar olarak sınıflandırılabilir. Söz konusu iki piyasa temelli araç, bu sınıflandırmaya göre mali araçlar kategorisinde kirlileme harçları, sübvansiyonlar ve fonlar, vergi indirimleri, zorunlu depozito ödemeleri ile birlikte yer almaktadır (Budak, 2000: 55-63). Günümüzde teknolojik, dijital, ekonomik ve sosyal dönüşümler çerçevesinde çeşitlenen araçlar da dâhil edilerek bu sınıflandırma genişletilebilir. Bununla birlikte, piyasa mekanizmasının işleyişinde teorik temelleri ve uygulama biçimi bakımından en çok gündemde olan araçların kirlilik vergisi ve kirlileme sertifikaları olduğunu belirtmek gerekir.

arasında koordinasyon gerektirir (IMF, OECD, UNCTAD, WB ve WTO, 2024: 18).

Neoklasik iktisat teorisi her iki aracın da optimum kirlilik seviyesini sağlayacağını öngörür ve bu süreçte devleti, dışsallıkları içselleştirerek piyasa aksaklıklarını gideren tarafsız bir aktör olarak konumlandırır. Ancak bu tarafsız devlet varsayımı, meselenin ekonomi politik boyutunu ve devletin süreçteki rolünü göz ardı etmektedir. Süreçte bunun çok ötesinde bir rol üstlenen devletler, iklim zirvelerine katılarak, uluslararası çevre anlaşmalarına taraf olarak ve sürdürülebilirlik hedeflerini sahiplenerek gerekli önlemler konusunda harekete geçmeyi taahhüt etse de uygulamada bunun pek mümkün olmadığı görülmekte, taahhütler söylemde kalmaktadır. Karbon vergisi gibi maliyeti yüksek ve üreticiyi doğrudan zorlayan araçların katı bir şekilde uygulanması, enerji maliyetlerini artırarak ulusal sanayinin küresel rekabet gücünü zayıflatma ve iktisadi büyümeyi yavaşlatma riski taşır. Bu noktada, devletin iktisadi öncelikleri çoğunlukla ağır basar. Sonuç olarak karar alıcılar, söylem düzeyinde iklim dostu politikalar geliştirmeyi taahhüt ederken, eylem düzeyinde enerji yoğun sektörlerle, fosil yakıtlara ve karbon yoğun yatırımlara vergi harcamaları yoluyla destek sunmaya devam eder. Devletin harcama ve vergi politikalarına yansıyan bu çatışma, karbon vergisi gibi araçların bir piyasa düzenlemesi olarak kolayca hayata geçirilmesinin ve özellikle Türkiye gibi ülkelerde kısa veya orta vadede uygulanmasının neden mümkün görünmediğini açıklamaktadır.

2. Uluslararası Uygulama Örnekleri ve Türkiye

Ekonomik ve çevresel önceliklerin çatışması ve uygulama zorluklarına rağmen açık karbon fiyatlandırması araçları birçok ülkede uygulanmaktadır. OECD (2025) raporuna göre 2025 yılı başlarında karbon vergisi ve ETS uygulayan ülke sayısı 52 iken bu ülkelerden 43'ü ETS ve 32'si karbon vergisi uygulamaktadır. Her iki aracın uygulandığı ülke sayısı da 23'tür. Bu araçların uygulamalarında farklılık görülebilmektedir. Örneğin Meksika'da 10 alt ulusal karbon vergisi, Çin'de 8 il veya şehir düzeyinde ETS uygulanırken, Avrupa Birliği Emisyon Ticaret Sistemi gibi tek bir ulusüstü ETS uygulaması aynı anda birçok ülkeyi kapsayabilmektedir (AB ETS 30 ülkeyi kapsamaktadır) (OECD, 2025). Küresel düzeyde iklim değişikliğine çözüm olarak karbon fiyatlandırmasının coğrafi kapsamının genişlemesi beklenmektedir. Brezilya, Hindistan ve Türkiye gibi ülkeler ETS, Latin Amerika ve Karayipler'deki bazı ülkeler (Şili ve Kolombiya gibi) ile Asya'daki bazı ülkeler (Malezya, Filipinler, Tayland ve Vietnam gibi), ETS veya karbon vergisi uygulamalarının hayata geçirilmesine yönelik adımlar atmaya başlamıştır. Japonya'da 2026 yılından itibaren zorunlu bir ETS'ye dönüş planlanmaktadır. Brezilya'da ETS için geniş

bir sektörel alanın kapsanması ve yurtiçi karbon kredileriyle bağlantılar içermesi öngörülmektedir. Hindistan’da ETS sanayi sektöründeki emisyonlarla mücadele etmeyi amaçlarken, Türkiye’de ETS’nin elektrik üretimi ve sanayi kaynaklı emisyonları kapsamı planlanmaktadır (OECD, 2025: 40).

Ülkeler özelinde yapılan bazı çalışmalar söz konusu iki araçtan hangisinin daha etkili olduğuna yönelik veya uygulamaların emisyonlar ve sosyal refah üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik tartışmaları içermektedir. Örneğin Khastar, Aslani ve Nejati (2020) çalışmalarında, karbon vergisinin ilk uygulamasını yapmış olan Finlandiya’daki karbon vergisi politikasının karbondioksit emisyonlarının azaltılmasında başarılı olmasına karşın sosyal refah üzerinde olumsuz etkileri olduğunu göstermişlerdir. Dünyada karbon vergileri için farklı kuralların olduğunu ancak karbon vergilerinin genellikle kömür madenleri, doğal gaz ve petrol kuyularındaki yukarı yönlü yakıt satışlarına uygulanması ile elektrik hizmetleri, petrol ve gaz rafinerileri, ulaşım gibi alanlarda artan maliyetler hane halklarına ve işletmelere kaydırılır. Yani tüketici, malların fiyatı için daha fazla ödeme yapmaktadır. Sonuç olarak çalışmada, karbon vergisi uygulanmasının Finlandiya’da emisyonu azaltmasına karşın toplum refahını azalttığı belirtilmiştir.

Andersson (2019), İsveç için yaptığı çalışmada, karbon vergisinin karbondioksit emisyonlarını önemli ölçüde azalttığını ortaya koymuştur. 1990-2005 yılları arasında İsveç’te ulaşım yakıtlarına yönelik karbon vergisi ve katma değer vergisi (KDV) uygulamasının ardından, ulaşımdan kaynaklanan CO₂ emisyonlarının yıllık ortalama yaklaşık %11 oranında azaldığını; bu azalmanın da %6’lık kısmının tek başına karbon vergisinden kaynaklandığını belirtmiştir. Ayrıca tüketicilerin karbon vergisi oranındaki değişikliklere, piyasa kaynaklı eşdeğer benzin fiyatı değişikliklerine kıyasla daha güçlü tepki verdiğini belirterek karbon vergilerinin sera gazı emisyonlarını ve hava kirliliğini azaltmada iklim değişikliği politikaları açısından önemli bir araç olduğunu vurgulamıştır.

Chen, Chen ve Song (2025), Çin için yaptıkları çalışmalarında karbon vergisinin iklim değişikliğiyle mücadelede kritik araç olarak kabul edilse de fosil enerji girdilerinde maliyet şoklarına yol açtığını, bu şokların da üretim ağları boyunca yayılarak görece fiyatları etkilediğini vurgulamışlardır. Bu fiyat değişiklikleri, hane halkı tüketimi ve firmaların girdi yapılarını değiştirerek tüketim mallarının somutlaştırılmış karbon yoğunluğunu azaltmaktadır. Çalışmada Çin’de kömüre uygulanan %50’lik bir karbon vergisinin, tüketim mallarının ortalama karbon yoğunluğunu %6,92 ve tüketimini %0,37 oranında azalttığı tespit edilmiştir. Bu şekilde tüketici tercihleri üzerindeki etkisi sınırlı

olsa bile, karbon vergisinin tüketim mallarının içerdği emisyonları etkileyerek emisyon azaltımı sağlayabildiği gösterilmektedir.

Çin'in karbon emisyonuna yönelik uygulamaları küresel boyutta önem arz etmektedir. Tablo 1'de 2024 yılı dünya karbondioksit emisyonları paylarına bakıldığında, emisyon hacmi açısından %33,12 ile Çin'in en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Çin aynı zamanda 2021 yılında başlattığı ETS ile dünyanın en büyük karbon piyasası haline gelmiştir.

Tablo 1. Dünya Karbondioksit (CO₂) Emisyonları Payları (%)

Ülke Adı	2024
1 Çin	33,12
2 Amerika Birleşik Devletleri	11,69
3 Hindistan	7,96
4 Rusya Federasyonu	5,07
5 Japonya	2,45
6 Endonezya	2,05
7 Suudi Arabistan	1,65
8 Kore Cumhuriyeti	1,48
9 Almanya	1,46
10 Kanada	1,46
11 Brezilya	1,24
12 Meksika	1,20
13 Türkiye	1,16
14 Güney Afrika	1,11
15 Vietnam	1,09

Kaynak: World Bank, World Development Indicators (2026) verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Emisyon hesaplaması Arazi Kullanımı, Arazi Kullanım Değişikliği ve Ormancılık faaliyetleri hariç şeklinde ifade edilmiştir.

Karbon vergisi uygulayan ve kükürt azaltımına giden ülkeleri kategorize eden Yang (2024), çalışmasında farklı ekonomik gelişmişlik düzeylerinde olan ülkelere politika uygulamalarının ve sonuçlarının farklılık gösterebileceğini belirtmiştir. Buna göre; (1) Karbon ve kükürt emisyonlarını eşgüdümlü olarak azaltmayı başaran Birleşik Krallık gibi ülkeler genellikle sanayileşme sürecini çok önceden tamamlamış gelişmiş ülkelerdir. (2) Karbon emisyonlarında artış, ancak kükürt emisyonlarında azalma yaşayan Çin gibi ülkeler, iklim değişikliği

sorunlarına öncelik veren ancak ekonomilerini geliştirme ve karbon emisyonlarını azaltma arasında ilk ülke grubuna göre daha büyük çelişkilerle karşılaşan, ekonomik büyüme aşamalarına daha geç ulaşmış, sanayileşme süreci devam eden ülkelerdir. (3) Hem karbon hem de kükürt emisyonlarında sürekli artış görülen Hindistan gibi ülkeler, nispeten yavaş ekonomik büyümeye sahip ülkeler olup, ulusal hava kirliliği yönetiminin zayıf olması ve iklim değişikliği yönetimine uluslararası katılımın düşük olması nedeniyle bir darboğaz dönemine giren ülkelerdir.

Setiabudi ve Suhardianto (2025), Scopus veritabanlarından ilgili makaleleri derleyerek geniş bir literatür taraması ile benzer sonuca ulaşmışlardır. Buna göre, gelişmiş ülkeler, 2022 dönemine kıyasla 2023 yılı boyunca karbon emisyonlarında 3,6 milyar metrik tonluk bir azalmayla olumlu bir performans sergilemiş, en büyük katkıyı da 2,5 milyar metrik tonluk azalmayla ABD gerçekleştirmiştir. ABD'yi 771 milyon metrik tonluk azalmayla Kanada ve ardından İngiltere, Almanya, Fransa ve Hollanda gibi Avrupa ülkeleri izlemiştir. Gelişmekte olan ülkelerde ise 2023 yılında karbon emisyonlarında artış görülmüştür. Tayvan, Çin, Endonezya, Filipinler ve Malezya, karbon emisyonlarındaki artışa en büyük katkıyı sağlayan ülkeler olmuştur. Çalışmada, emisyonları düşürmenin en iyi yolunun karbon vergileri ve ETS'yi birlikte kullanan hibrit uygulamalar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Uluslararası çalışmalarda olduğu gibi Türkiye'ye yönelik politika tavsiyelerinde de söz konusu hibrit uygulamalar öne çıkmaktadır. TÜSİAD'ın 2016 tarihli 'Ekonomi Politikaları Perspektifinden İklim Değişikliği ile Mücadele' raporunda, karbon vergisi ve emisyon ticaretinin karşılaştırması yapılarak, Türkiye için en verimli çözümün bu iki aracın birlikte kullanımı olduğu belirtilmiştir (Canpolat Bıçakçı, 2019: 113). Konu ile ilgili uluslararası ve ulusal gelişmeleri yakından izleyen kurum, muhtemel bir karbon vergisinin maliyet analizlerini ve çözüm önerilerini içeren yayınlarını sürdürmektedir.

Çalışmalarda genel olarak karbon vergisi politikalarının tasarımının karmaşık ve zorlu olduğu belirtilmiştir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme ve refah düzeyi üzerinde olumsuz sonuçlar doğurma ihtimali vurgulanmaktadır. Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye'nin 2024 yılı dünya karbon emisyonundaki payına bakıldığında, dünya ekonomisindeki payı ile benzer bir şekilde (2024 yılı Türkiye GSYH'sinin dünya GSYH içindeki payı yaklaşık %1,2'dir) %1,16 ile ilk 15 ülke içerisinde yer aldığı görülmektedir (Tablo 1). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından hazırlanan 27 Mart 2026 tarihli haber bülteninde, Türkiye'de 2024 yılı toplam sera gazı emisyonu bir önceki yıla göre %5,3 artarak 584,5 milyon ton (Mt) CO₂ eşdeğeri (eşd.) olarak hesaplanmıştır. Toplam sera gazı emisyonlarında CO₂ eşd. olarak %71,8

ile enerji kaynaklı emisyonlar ilk sırada yer alırken, bunu sırasıyla %12,9 ile endüstriyel işlemler ve ürün kullanımı, %12,6 ile tarım ve %2,6 ile atık sektörü takip etmiştir (TÜİK, 2026)⁶. Sera gazları içinde en önemli paya sahip olan CO₂ emisyonunun sektörel bazda kaynağına bakıldığında (Tablo 2) ise ilk sırada yıllar itibarıyla payı %84,9 ve üzerinde seyreden enerji sektörünün yer aldığı görülmektedir. Bu sektörü sırayla endüstriyel işlemler ve ürün kullanımı ve tarım sektörü izlemektedir. Bu durumda enerji sektörünün emisyon hacmindeki payının büyük olması ve bu sektörde emisyon hacmi artışının da yüksek olması, CO₂ emisyonunu düşürmek için enerji sektörüne dair düzenlemelerin önemli olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Türkiye’de CO₂ Emisyonunun Sektörel Kaynakları (1990- 2024)

Sektörel paylar (%)	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020	2021	2022	2023	2024
Enerji	85,7	86,4	88,9	87,8	85,7	85,8	85,0	84,9	86,2	86,3	85,9
Endüstriyel işlemler ve ürün kullanımı	14,0	13,3	10,9	12,0	14,1	13,98	14,6	14,8	13,5	13,4	13,8
Tarım	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3

Kaynak: TÜİK, 2026.

Not: Atık sektörünün CO₂ emisyonlarındaki payı çok düşük kaldığı için tabloya eklenmemiştir.

Balı ve Yaylı (2019), Türkiye’deki çevre vergilerinde mali amaçların öncelikli olduğunu ve uzun dönemde sürdürülebilir etkiler yaratabilmek adına yeni bir bakış açısı geliştirilmesi, önlemler alınması ve bu doğrultuda yeni politika aracı belirlenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Özdemir ve Köse (2024), Türkiye’de ETS üzerine odaklandıkları çalışmalarında karbon vergisine de değinmişlerdir. AB’nin SKDM uygulamasının Türkiye ekonomisinin yeşil dönüşümü için bir fırsat olduğu belirtilen çalışmada, Türkiye’de özellikle SKDM nedeniyle uygulanması planlanan karbon fiyatlandırma mekanizmalarıyla ilgili olarak plan ve projeler yürütüldüğü, çalışmalarda ETS üzerine yoğunlaşıldığı görülmeye karşın karbon vergisiyle ilgili olarak somut herhangi bir adımın atılmadığı ifade edilmiştir. Kabataş ve Eşgünoğlu Bulmuş (2025) ise karbon vergisini, Türkiye’nin hem

⁶ Sera gazı emisyon istatistikleri ülkede bir yıl içerisinde sera etkisine neden olacak insan faaliyetleri kaynaklı gazların CO₂ eşdeğeri cinsinden hesaplanmaktadır. Sera gazı emisyonları, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (UNFCCC) kapsamında alınan karar doğrultusunda Ulusal Sera Gazı Envanterleri için 2006 Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli Rehberlerinde (2006 IPCC Rehberleri) verilen sınıflama ve metodolojilere uygun olarak hesaplanmaktadır. Buna göre hesaplamalar enerji, endüstriyel işlemler ve ürün kullanımı, tarım ve atık sektörlerinden kaynaklanan sera gazlarını kapsamaktadır (TÜİK, 2026).

çevresel hem de ekonomik sorunlarını çözme potansiyeline sahip yenilikçi bir politika aracı olarak değerlendirmişlerdir. Çalışmada, başarılı bir uygulama için kamuoyunun bilinçlendirilmesi, paydaşlarla etkin bir iletişim kurulması ve sektörel ihtiyaçların dikkate alındığı esnek bir vergi yapısının oluşturulması gerektiği vurgulanmıştır.

Olca ve Saçlı (2026), AB ile olan ticari ilişkiler dikkate alındığında, Türkiye için karbon politikalarına uyumun stratejik bir zorunluluk haline geldiğini vurgulamışlardır. Ancak Türkiye'nin mevcut durumda doğrudan bir karbon vergisi veya tam kapsamlı bir ETS uygulamıyor olmasının kısa vadede uyum maliyetlerini artıracak bir unsur olarak belirtmişlerdir. Bununla birlikte ulusal ETS kurulması, karbon fiyatlandırma altyapısının geliştirilmesi, sektör bazlı karbonsuzlaşma yol haritalarının hazırlanması ve yeşil finansman mekanizmalarının güçlendirilmesi ile Türkiye'nin rekabet gücünü koruması açısından kritik önemine vurgu yapılmıştır. Özdemir ve Köse (2024) karbon vergisinde emisyonun ne kadar azaltıldığına ilişkin herhangi bir öngöründe bulunulması zor olsa da karbon vergisi uygulamasının ETS'ye göre daha kolay ve daha etkili olduğunu belirtmişlerdir. Türkiye'de karbon vergisi için yapılan çalışmaların çok sınırlı kaldığı dikkate alındığında, SKDM'nin ortaya çıkaracağı olumsuzlukları önlemede karbon vergisinin taşıdığı olumlu yanları ve uygulama kolaylığı nedeniyle alternatif bir politika aracı olarak düşünülmesi gerektiği vurgulanmıştır. Çelikkaya (2024) da Türkiye için ETS yerine karbon vergisi uygulamanın daha iyi olacağını vurgulamıştır. Böylece karbon vergisi ile önemli bir gelir kaynağı yaratılarak diğer vergilerin yükünün azaltılması mümkün olacaktır. Ayrıca karbon vergisinin çevresel amaçlara tahsis edilmesi de mümkündür. Paris Anlaşması ile öngörülen 35 dolardan başlayarak emisyon hedeflerine ulaşma seviyesine göre ayarlanacak bir karbon vergisinin, mevcut akaryakıt vergisi sistemine dahil edilmesinin de kolay olacağını belirten Çelikkaya, Türkiye'nin enerji yoğun ticaret sektörlerinin sınırda karbon ayarlamasına geçmesi gerektiğini vurgulamıştır⁷.

Acar, Aşıcı ve Yeldan (2022) Türkiye ekonomisi için öngöründe bulundukları çalışmalarında, Avrupa Yeşil Mutabakatı çerçevesinde uygulanan SKDM'nin ülkenin GSYH'sinde bir azalmaya yol açabileceğini belirtmişlerdir. Buna karşın Türkiye'nin karbonsuzlaşma hedefini resmi makroekonomik politika gündemine entegre ederek uluslararası iklim politikası sürecinde aktif bir rol aldığı alternatif bir

⁷ Sınırdaki Karbon Ayarlama Mekanizması (SKDM), ithalat fiyatlarının içerdikleri karbon emisyonlarını yansıtmayı sağlayarak karbon kaçakını ele almak için AB'nin kullandığı bir araçtır. SKDM, AB Emisyon Ticaret Sistemi'ni (AB ETS) tamamlar ve AB'nin iklim hedeflerini desteklerken, AB üyesi olmayan ülkelerde daha temiz endüstriyel üretimi teşvik eder. AB ETS kapsamındaki ücretsiz emisyon izinlerinin kademeli olarak kaldırılmasına paralel olarak, 2023-2025 yılları arasında geçiş aşamasında faaliyet göstermiş, 1 Ocak 2026 tarihinden itibaren uygulanmaya başlanmıştır. Bu uygulama ithalatı yapılan çimento, demir ve çelik, alüminyum, gübreler, elektrik ve hidrojen sektörleri ürünlerini kapsamaktadır (European Commission, 2026).

senaryo kapsamında; ülkenin hem ulusal geliri açısından daha iyi sonuç alabileceğini hem de karbon yükünü azaltabileceğini öngörmüşlerdir.

Dünyadaki uygulamalara ve Türkiye'ye yönelik çalışmalara bakıldığında emisyon azaltımı için karbon vergisi ve ETS uygulamalarının birlikte yapılmasının daha etkili sonuçlar vereceği kabul edilmiştir. Ancak özellikle karbon vergisi uygulamalarına dair zorlayıcı koşulların varlığından bahsedilmektedir. Diğer taraftan bu araçların çevresel ve iklimsel etkilerinin pozitif olmasının yanında ekonomik etkilerinin, en azından kısa dönemde, negatif olabileceğine dair görüş birliği oluşmaktadır. Bu da karar vericilerin bir tercih yapmasına neden olmaktadır. Yine Türkiye özelinde bakıldığında, karbon vergisi uygulamasının, diğer vergiler açısından vergi yükünün fazla olması dikkate alındığında daha zor görünmektedir. Bu durum mevcut vergi uygulamalarının hedefler doğrultusunda yeniden düzenlenmesi gerektiğini göstermektedir.

3. Türkiye’de Fosil Yakıtlara Yönelik Teşvikler

Türkiye’de önceki bölümde yer alan emisyon istatistiklerinde de görüldüğü üzere toplam sera gazı emisyonları içinde en yüksek paya sahip olan enerji sektörü, ağırlıklı olarak fosil yakıtlara, özellikle de ithal doğal gaz ve yerli kömüre dayalı yapısını korumaktadır. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı (2026), 18 Eylül 2026 tarihli bülteninde 2025 yılında Türkiye’de elektrik üretiminin %33,6 kömür, %23 doğal gaz payı ile fosil yakıt ağırlıklı kaynaklardan elde edildiğini belirtmektedir. Buna göre, 2025 yılında üretimin geri kalanı %15,8 hidrolik enerji, %10,9 rüzgâr, %10,5 güneş, %3,2 jeotermal enerji ve %3,1 diğer kaynaklardan sağlanmıştır (Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2026).

Dünya genelinde yenilenebilir enerji kapasitesinin artmasına yönelik teşvikler son yıllarda önem kazanmış ve önümüzdeki yıllarda büyüme beklentisi yaratmış olsa da, fosil yakıt teşvikleri, bu teşviklerden vazgeçmeye yönelik politika önerilerine ve eylem planlarına rağmen hala önemli bir büyüklüktedir. 170 ülke için yakıt tüketiminden kaynaklanan çevresel ve diğer dışsallıkların kapsamlı bir analizine dayanarak etkin fosil yakıt fiyatlarının ve teşviklerinin iki yılda bir yapılan bir değerlendirmesini sunan IMF çalışmasına göre 2024 yılında küresel ölçekte doğrudan (mali) teşvikler 725 milyar dolar seviyesinde kalırken, dolaylı teşvikler 6,7 trilyon dolara ulaşmıştır. Doğrudan teşvikler pandemi öncesi seviyelere dönerek durağanlaşsa da dolaylı teşviklerin 2035 yılına kadar artarak devam etmesi beklenmektedir (Black vd., 2025). Türkiye’de de ulusal enerji arz güvenliğini sağlama ve cari açığı kontrol altında tutma stratejisi doğrultusunda, özellikle yerli kömüre dayalı elektrik üretimi çeşitli devlet yardımlarıyla desteklenmektedir. Örneğin, elektrik piyasasında arz güvenliğini sağlamak gerekçesiyle uygulanan kapasite mekanizması ödemeleri kapsamında, termik santrallere üretim yapmasalar

dahi kurulu güçleri oranında önemli miktarda finansal kaynak aktarılmaktadır. Bunun yanı sıra, yatırım teşvik belgeleri aracılığıyla sağlanan kurumlar vergisi indirimleri, gümrük vergisi muafiyetleri ve sektörel (denizcilik, havacılık, tarım vb.) özel tüketim vergisi (ÖTV) istisnaları şeklindeki vergi harcamaları ile ‘seçimlik hak’ gibi vergi dışı kolaylıklar fosil yakıtların kullanım maliyetini düşürmektedir. Nitekim OECD (2026a) raporuna göre Türkiye’de karbonu dolaylı yoldan fiyatlandıran yakıt özel tüketim vergileri, 2023’te emisyonların %32,5’ini kapsarken, fosil yakıt sübvansiyonları ise emisyonların %12,9’unu kapsamaktadır.

Enerji sektöründe fosil yakıtlara yönelik teşvikler Türk Petrol Kanunu ile vergi kanunları kapsamında düzenlenmektedir. Buna göre, petrol hakkı sahiplerine ve müteahhitlerine malzeme ve ekipman ithalinde gümrük, vergi ve resim muafiyeti tanınmakta ve bu ithalatlarda Türk Standartları Enstitüsü (TSE) uygunluk değerlendirmesi aranmamaktadır. ÖTV Kanunu ise petrol arama faaliyetlerinde kullanılmak üzere alınan yarı römork çekiciler, eşya taşımaya mahsus taşıtlar ve vinç ile kurtarıcı gibi özel amaçlı motorlu taşıtların ilk iktisabına istisna uygulamaktadır. Ayrıca petrol hakkı sahibi veya yüklenicisi olan şirketler, yurt içindeki petrol arama ve üretim faaliyetlerinde kullanacakları akaryakıt ve madeni yağ alımlarında ÖTV indiriminden faydalanmakta, ek olarak KDV Kanunu’nun 13/c maddesine göre, münhasıran petrol arama faaliyetlerine ilişkin olarak bu faaliyetleri yürütenlere yapılan teslim ve hizmetler de KDV’den muaf tutulmaktadır. Verilen KDV istisna belgesinin akaryakıt alımlarında da kullanılmasıyla, arama faaliyetlerindeki akaryakıt alımları hem KDV hem de ÖTV istisnasına tabi olmaktadır. Kurumlar vergisi açısından, petrol hakkı sahibinin ödemekle mükellef olduğu kurumlar vergisi ile yapılması gereken vergi tevkifatı toplamı, Türk Petrol Kanunu’na göre safi kazancın %55’ini geçmemektedir.

İlgili kanunlar ile güvence altına alınmış vergisel avantajların yanı sıra vergi dışı kolaylıklar ile de fosil yakıt sektörü desteklenmektedir. Petrol şirketleri arama giderleri, sondaj fer’î giderleri ve ülke ekonomisi açısından verimli olmayan kuyuların açılma ile terk giderleri için harcamaları doğrudan gider yazma veya aktifleştirme konusunda seçimlik hakka sahiptir. Bu hak sadece başarısız kuyularla sınırlı olmayıp başarılı kuyulardaki harcamalar için de geçerlidir. Şirketler, gelirlerinin yüksek olduğu dönemlerde bu hakkı doğrudan giderleştirme yönünde kullanarak kurumlar vergisi matrahlarını anında düşürebilmektedir⁸.

Gelir İdaresi Başkanlığı’nın 2025 yılı vergi harcamaları raporuna göre 2025 yılında gelir vergisi 1.483,7 milyar TL, kurumlar vergisi 752,9 milyar TL, KDV 605 milyar TL, ÖTV 76,9 milyar TL, diğer vergiler (banka ve sigorta muameleleri,

⁸ Örneğin, 1.550.000 dolar tutarında arama harcaması yapan bir şirket, bu tutarı aktifleştirip amortisman yoluyla yıllara yaymak yerine doğrudan giderleştirerek 3.000.000 dolar olan vergiye tabi kazancını aynı dönem içinde 1.450.000 dolara indirebilmektedir.

motorlu taşıtlar ve özel iletişim vergileri kaynaklı) 251,8 milyar TL olmak üzere toplam 3,17 trilyon liralık gelirin tahsilinden vazgeçilmiştir (Gelir İdaresi Başkanlığı, 2025). 2025 yılı toplam vergi gelirlerinin yaklaşık %30'una denk gelen bu vergi harcaması büyüklüğü, Türkiye'de vergi politikasının yapısını ve önceliklerini ortaya koymaktadır. Söz konusu harcamalar içinde kurumlar vergisi, KDV ve ÖTV özelinde vazgeçilen 1,4 trilyon liranın üzerindeki tutar, yatırım teşvikleri, petrol arama faaliyetleri, bölgesel destekler ve kurumsal muafiyetler yoluyla devletin enerji ve sanayi sektörünü doğrudan veya dolaylı olarak sübvans e ettiğini göstermektedir⁹. GSYH'nin %5,1'i gibi önemli bir oranın teşviklere ayrıldığı bu bütçe gerçekliği içinde sanayiciyi, üreticiyi ve karbon yoğun sektörleri destekleme hedefinin iklim değişikliğiyle mücadele hedeflerinin önünde yer aldığı görülmektedir.

OECD'nin çevreyle ilgili verilerine göre, vergi gelirin GSYH'ye oranı olarak 2024 yılında Türkiye için ulaştırma vergisi oranı %1,4 olarak hesaplanmıştır. Bu oran ile OECD ülkeleri arasında ilk sırayı alan Türkiye'yi, %0,9 ile İsrail takip etmiştir (OECD, 2026b). OECD tanımları çerçevesinde çevreyle ilgili vergi gelirleri yüksek görünse de Türkiye'de bu gelirlerin çevresel amaçlarla toplanmadığı bilinmektedir. Bu açıdan tüketimi caydırıcı vergilerin yanı sıra teşvik politikasını sera gazı emisyonlarını azaltmaya yönelik olarak tasarlayan, dolaylı-dolaysız vergi oranı açısından dengeli bir yapıya sahip olan vergi sistemlerinde harçlar, ücretler, cezalar ve vergi benzeri gelirleri çevresel önceliklere göre düzenleyen, çevre politikası ile ekonomi politikasını büyük ölçüde uyumlaştırmayı başarmış ülkelerle kıyaslamak mümkün görünmemektedir. Gelirin yüksek düzeyde olması çevresel amaçlarla kullanıldığı anlamına gelmemektedir. Türkiye bütçesinde çevre harcamalarının toplam harcamalar içindeki payının 2025 yılında %0,19 olarak gerçekleştiği (Muhasebat Genel Müdürlüğü, 2026) dikkate alındığında bu durum daha net olarak ortaya çıkmaktadır.

⁹ Fosil yakıtlara yönelik istisna, muafiyet ve indirimler: Yeraltı işletmelerinde çalışanların ücretlerine ilişkin istisna, Petrol ve kıymetli maden aramalarına yönelik istisna, Akaryakıt ürünlerinin petrol arama ve üretim faaliyetlerinde kullanılmak üzere bu faaliyetleri yapanlara teslimindeki istisna, İhraç malı taşıyan araçlara motorin teslimlerinde istisna, Hava yolu taşımacılığında kullanılan yakıtların ÖTV tutarlarına ilişkin ÖTV oran indirimi, Deniz araçlarına teslim edilen motorin ve fuel-oil teslimlerinde indirimli vergi uygulaması, Biyoetanol ile harmanlanmış benzin teslimlerinde indirimli vergi uygulaması, Nafta, petrol koku ve petrol bitümeni gibi ürünlere ilişkin teslimlerde indirimli vergi uygulaması, Oto biodizel ile harmanlanmış motorin teslimlerinde indirimli vergi uygulaması, Aerosol üretiminde kullanılacak olan LPG için getirilen indirimli vergi uygulaması, İhraç edilen kara taşıtlarında kullanılmış ilk dolum yağları ve akaryakıtlarının teslimlerinde indirimli vergi uygulaması, Rafineri ve petrokimya tesislerinde üretilerek imalatla kullanılan ve imalatla kullanılmak üzere teslim edilen mallarda ÖTV istisnası, Ar-Ge, tasarım ve destek personelinin ücretleri üzerinden hesaplanan gelir vergisinin terkin edilmesi, İndirimli Kurumlar Vergisi desteği, Kurum kazancı Ar-Ge indirimi, Teşvik belgeli yatırımlarda istisna, Yap-işlet-devret projesi kapsamında gerçekleştirilecek projeler, Yatırım Teşvik Belgesi kapsamında yapılacak olan yatırımlara yönelik teşvik.

Türkiye’de bütçe gelirleri çevresel amaçlarla kullanılmıyor olsa da uluslararası iklim mücadelesine uyum kapsamında karbon vergisi gibi yeni gelir kaynaklarının yaratılmasına yönelik öneriler sıkça tartışılmaktadır. Bütçe politika metinlerinde iklim mücadelesine mutlaka yer verilmektedir. Ancak önümüzdeki üç yıllık dönemde emisyon azaltma hedeflerine ilişkin adımların yer aldığı 2026-28 Orta Vadeli Programa (OVP) bakıldığında emisyon hacminin azaltılmasına yönelik önemli adımlar atılmadığı görülmektedir. Programda, Türkiye Emisyon Ticareti Sistemi (TR ETS) ve SKDM gibi araçlardan bahsedildiği ve bu uygulamalara uyum sürecinde, karbon yoğun sektörlerle yönelik analizler sonucu alınacak kararlara göre gerekli araçların belirleneceği belirtilmiştir. Bu çerçevede yeşil dönüşümün hızlandırılması kapsamındaki düzenlemeye yönelik 2026’nın 3. çeyreği için “TR ETS tamamlanan hukuki altyapısıyla uygulamaya geçirilecek, AB SKDM’nin tesis edilmesine ve ETS gelirlerinin yeşil dönüşümün finansmanında kullanılmasına yönelik çalışmalar yürütülecektir” (s.71) şeklinde bir plan belirlenmiştir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2025). Bu çerçevede, İklim Değişikliği Başkanlığının 3 Eylül 2026 tarihli duyurusunda, 27 Ağustos 2026 tarihinde Resmî Gazetede yayımlanan Türkiye Emisyon Ticaret Sistemi Yönetmeliğinin Geçici 1. maddesi kapsamında Türkiye Emisyon Ticaret Sisteminin (TR ETS) pilot uygulama dönemi 2026 ve 2027 yılı emisyonlarını kapsayacak şekilde açıklanmıştır. Elektrik üretimi, çimento, demir-çelik, alüminyum ve gübre sektörlerinde 50.000 ton CO₂ eşdeğerinden fazla sera gazı emisyonuna sahip tesisler uygulama kapsamına dâhil edilmiştir. 2026 sistem yılında TR ETS kapsamındaki işletmeler yalnızca raporlama yükümlülüğüne tabi iken 2027 sistem yılı itibarıyla fiyat mekanizması başlatılacağı belirtilmiştir (İklim Değişikliği Başkanlığı, 2026). Bu sektörler AB SKDM uygulamasında öne çıkarılan sektörlerdir. Görüldüğü üzere Türkiye’de açık karbon fiyatlandırması ETS üzerinden yürütülmektedir. SKDM baskısı nedeniyle AB uyum sürecine yönelik uygulama alt yapısı hazırlanıyor olsa da sektöre sağlanan geniş çaplı teşviklerin azaltılmasına yönelik somut ve kapsamlı bir eylem planının bulunmaması hususu dikkate alındığında açık karbon fiyatlandırması uygulamasının etkili bir şekilde hayata geçirilmesi kısa ve orta vadede beklenmemektedir. Çünkü petrol keşifleriyle küresel ekonomide güç sahibi olabilmek, enerji maliyetlerini düşürerek cari açığı kontrol altına alabilmek ve enerji bağımlılığı sorununu çözebilmek adına fosil yakıt sektörüne yönelik teşviklerin uygulamada yer almaya devam etmesi iklim değişikliği ile mücadele etme süreciyle çelişkili bir yapı ortaya koymaktadır.

DEĞERLENDİRME

Türkiye’de iklim değişikliğiyle mücadele kapsamında açık karbon fiyatlandırması araçlarının, özellikle de karbon vergisinin uygulanabilirliği, mevcut makroekonomik öncelikler ve mali politikaların niteliği nedeniyle çeşitli zorluklar barındırmaktadır. Karbon ağırlıklı enerji sektörüne yönelik yasal düzenlemeler ve vergi avantajları bir arada değerlendirildiğinde, iklim politikalarının ve karbon fiyatlandırmasının önündeki engeller daha görünür hale gelmektedir. Akaryakıt üzerinden alınan dolaylı vergilerle tüketim aşamasında örtük bir karbon fiyatlandırması yapıyor görünse de üretim ve dağıtım süreçlerinde enerji yoğun sektörlere sağlanan teşvikler ve fosil yakıt kullanımını destekleyen vergi harcamaları bu durumu tersine çevirmektedir. Devlet, bir yandan nihai tüketim aşamasında yüksek oranlı vergiler uygularken, diğer yandan makroekonomik önceliklerle (enerji arz güvenliği, cari açık vb.) karbon yoğun faaliyetlerin başında gelen fosil yakıt arama ve üretim süreçlerini vergi harcamaları yoluyla finanse etmektedir. Kurumlar vergisi matrahını önemli ölçüde aşındıran giderleştirme kolaylıkları ve geniş kapsamlı ÖTV/KDV istisnaları, emisyon azaltım hedefleriyle derin bir çelişki ortaya çıkarmaktadır. Uluslararası iklim anlaşmaları kapsamında dile getirilen çevresel taahhütler ile ulusal düzeydeki mali eylemler arasında gözlemlenen bu uyumsuzluk iktisadi büyümeyi, sanayi üretimini ve uluslararası rekabet gücünü koruma hedefinin, çevresel hedeflere kıyasla ön planda tutulduğuna işaret etmektedir. Mali sistem içerisinde fosil yakıtlara sağlanan doğrudan ve dolaylı teşvikler tasfiye edilmeden, diğer bir ifadeyle ekonomik ve çevresel hedefler uyumlaştırılmadan yürürlüğe konacak bir karbon vergisi, çevresel dışsallıkları içselleştirmekten ziyade devletin bir eliyle karbon emisyonlarını vergilendirip diğer eliyle fosil yakıt sektörünü desteklediği işlevsiz ve mali yük yaratan bir araç haline gelecektir. ETS’nin ise özellikle kota belirlenmesi durumunda emisyon miktarını azaltmaktan ziyade sabitlemeye yönelik bir etki ile azaltım hedefine katkısı sınırlı kalacaktır. Diğer taraftan, açık karbon fiyatlandırması tartışmaları ve piyasa temelli çözüm önerileri çevresel öncelikleri sistemlerinde ağırlıklı olarak barındırmayı başarmış olan gelişmiş ülkeler için anlamlı olsa da Türkiye gibi ülkeler açısından öncelikle tartışılması gereken konuların başında çevreye yönelik tutarlı, uzun vadeli, birçok politika alanının birlikte tasarlandığı eylem odaklı bir sistem inşası yönünde atılacak adımlar gelmektedir. Küresel ölçekte ise piyasa çözümlerinin çevre sorunlarını önlemek konusunda yetersiz kaldığı ve tartışmaların odağının sistemsiz unsurlara yönlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Acar, S., Aşıcı, A. A., & Yeldan, A. E. (2022). Potential effects of the EU's carbon border adjustment mechanism on the Turkish economy. *Environment, Development and Sustainability*, 24(6), 8162–8194.
- Andersson, J. J. (2019). Carbon taxes and CO₂ emissions: Sweden as a case study. *American Economic Journal: Economic Policy*, 11(4), 1–30. <https://doi.org/10.1257/pol.20170144>
- Balı, S., & Yaylı, G. (2019). Karbon vergisinin Türkiye’de uygulanabilirliği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 302–319. <https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.19.03.1104>
- Black, S., Celniaik, W., Garcia Huitron, A., Parry, I. W. H., Schulz Antipa, P., & Vernon-Lin, N. (2025). *Underpriced and overused: Fossil fuel subsidies data 2025 update*. International Monetary Fund. <https://www.imf.org/en/publications/wp/issues/2025/12/20/underpriced-and-overused-fossil-fuel-subsidies-data-2025-update-572729>
- Budak, S. (2000). *Avrupa Birliği ve Türk çevre politikası*. Buke Yayınları.
- Canpolat Bıçakçı, S. (2019). İklim değişikliğinin ekonomi politikası ve Türkiye. N. Algan, N. M. Pınar, D. Özel Demiralp ve F. Çörtoğlu (Ed.), *İnsanların doğayla kenetlenmesi - Kentte ve doğal alanda, kutuplardan ekvatora uluslararası sempozyum kitabı* içinde (ss. 101–117). Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Chen, Z. M., Chen, Z., & Song, B. (2025). Emission reduction effect and transmission mechanism of carbon tax from the perspective of embodied carbon emissions. *Journal of Environmental Management*, 394, 127550.
- Çelikkaya, A. (2024). Türkiye’nin karbon fiyatlandırma politikasının yeniden gözden geçirilmesi. *Maliye Çalışmaları Dergisi*, (71), 15–27.
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2026). *Elektrik*. <https://enerji.gov.tr/bilgi-merkezi-enerji-elektrik>
- European Commission. (2026). *Carbon border adjustment mechanism*. https://taxation-customs.ec.europa.eu/carbon-border-adjustment-mechanism_en
- Gelir İdaresi Başkanlığı. (2025). *2025 yılı vergi harcamaları raporu*. https://cdn.gib.gov.tr/api/gibportal-file/file/getFileResources?objectKey=arsiv/kurumsal/Vergi_Harcamalari_Raporu_2025.pdf
- International Monetary Fund, Organisation for Economic Co-operation and Development, United Nations Conference on Trade and Development, World Bank, & World Trade Organization. (2024). *Working together for*

- better climate action: Carbon pricing, policy spillovers, and global climate goals.* https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/climate_action_e.pdf
- İklim Değişikliği Başkanlığı (2026). TR ETS Pilot Uygulama Dönemine Yönelik Karbon Piyasası Kurulu Toplantı Kararlarına (KPK/2026/1) İlişkin Duyuru, <https://iklim.gov.tr/tr-ets-pilot-uygulama-donemine-yonelik-karbon-piyasasi-kurulu-toplanti-kararlarina-kpk-2026-1-iliskin-duyuru-duyuru-45>
- Kabataş, E., & Eşgünoğlu Bulmuş, M. (2025). Karbon vergisinin etkileri ve Türkiye’de uygulanabilirliğine yönelik öneriler. *Vergi Raporu*, 307, 113–140.
- Kayıran, M. (2008). Kamu maliyesi. F. Başkaya ve A. Ördek (Ed.), *Ekonomik kurumlar ve kavramlar sözlüğü* içinde (ss. 651-658). Özgür Üniversite.
- Khastar, M., Aslani, A., & Nejati, M. (2020). How does carbon tax affect social welfare and emission reduction in Finland? *Energy Reports*, 6, 736–744.
- Muhasebat Genel Müdürlüğü. (2026). *Merkezi yönetim bütçe istatistikleri*. T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı. <https://muhasebat.hmb.gov.tr/merkezi-yonetim-butce-istatistikleri>
- Olçay, F. M., & Saçlı, A. (2026). Yeşil dönüşüm sürecinde karbon vergisi ve sınırda karbon düzenleme mekanizması (CBAM): Türkiye ve Avrupa Birliği üzerine karşılaştırmalı bir analiz. *Vergi Raporu*, 322, 114–132.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2025). *Effective carbon rates 2025: Recent trends in taxes on energy use and carbon pricing*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/a5a5d71f-en>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2026a). *Environmental tax*. <https://www.oecd.org/en/data/indicators/environmental-tax.html>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2026b). *Net effective carbon rates in Türkiye*. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2026/02/effective-carbon-rates-2025-country-notes_b08aeef1/turkiye_2cf666af/768c52bd-en.pdf
- Setiabudi, A., & Suhardianto, N. (2025). Is carbon tax really working for reducing carbon emissions?—A bibliometric and systematic literature review. *International Journal of Law and Management*, 1–39.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2025). *Orta vadeli program (2026-2028)*. <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2025/09/Orta-Vadeli-Program-2026-2028.pdf>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2026). *Sera gazı emisyon istatistikleri, 1990-2024*. <https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/58000>

- World Bank. (2026). *World development indicators: CO2 emissions*.
<https://data.worldbank.org/indicator/EN.GHG.CO2.MT.CE.AR5>
- Yang, L. (2024). Research on the collaborative pollution reduction effect of carbon tax policies. *Sustainability*, 16(2), 935.

15. Bölüm

Çevre Koruma Harcamaları ve Meşruiyet Sorunsalı: Türkiye İBBS Düzey-3 Ölçeğinde Kanıtlar

Esra DOĞAN KENDİRCİ¹, Seda CANPOLAT BİCAKCI²

GİRİŞ

Çevre sorunları tarihsel olarak her daim toplumların gündeminde yer almış olsa da 18. yüzyılda hızlanan sanayileşme sürecine paralel olarak artmaya ve çeşitlenmeye başlamış, dünyanın birçok yerinde geri döndürülemez sınır ötesi etkiler yaratan sonuçlara yol açmıştır. Sıcaklıkların artması, buzulların erimesi, deniz seviyelerinin yükselmesi, kuraklık artışı, hava kirliliği gibi çevre sorunları tüm dünyada ekonomik ve toplumsal yaşama etkileri ve sürdürülebilir yaşam koşullarını tehdit etmesi bakımından acil küresel ve bölgesel önlemleri gündeme getirmiştir. Ülkelerin özellikle hava kirliliğine yol açan fosil yakıtların kullanımından kaynaklanan sera gazı emisyonlarının azaltılmasına yönelik küresel önlemleri kendi çevre politikalarına entegre etmeleri yönünde uluslararası kuruluşlar tarafından yürütülen çalışmalar günümüzde sonuç vermeye başlamıştır. Diğer taraftan, ülkeler gelişmişlik düzeylerine bağlı olarak çevre politikalarını bölgesel sorunlarını öncelikli olarak ele almak suretiyle ekonomik önceliklerine göre tasarlamaktadır. Örneğin, Avrupa Birliği ülkeleri genellikle ekonomik ve çevresel hedefler arasındaki çatışmayı çevre lehine düzenleyebilirken, Türkiye gibi orta veya az gelişmişlik düzeyine sahip ülkeler uygulamada daha büyük kısıtlarla karşılaşmakta ve ekonomi lehine tercihler yapmaktadır. Bütçe politikalarının belirlenmesinde çevresel öncelikler kirlilik ve atık yönetimi gibi oldukça sınırlı bir çerçevede ele alınmaktadır. Türkiye, çevreye ilişkin vergiler açısından OECD sıralamalarında ön sıralarda yer almasına karşın politika tasarımına ve çevre sorunlarına ayrılan kaynaklar bakımından benzer bir durumda değildir. Çevre harcamaları bütçe içerisindeki payı açısından oldukça düşük seviyelerdedir.

Türkiye bütçesinde çevre sorunlarına yönelik tek harcama kalemi çevre koruma harcamalarıdır. Bütçe içindeki payı düşük olsa da bu harcamaların niteliği, bölgesel düzeyde çevre sorunlarının önlenmesi ve çözümüne yönelik etkileri bakımından önemlidir. Çevre koruma harcamalarının bir kısmı merkezi

¹ Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ORCID: 0000-0002-9886-4186

² Arş. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, ORCID: 0000-0003-2052-5413

yönetim bütçesinden karşılanırken, önemli bir kısmı da yerel yönetimlerin bütçesinden karşılanmaktadır. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı Türkiye’de çevre sorunları ve önceliklerini belirlemeye yönelik çalışmalar yürütmekte, iller bazında çevre sorunlarının düzeyinin ve çevresel önceliklerin yer aldığı kapsamlı bir envanter oluşturmaktadır. Bu envanter çevre sorunlarının yoğunlaştığı bölgelere daha fazla kaynak aktarılmasının sağlanması, bölgesel önceliklerin ortaya konması ve bu verilerle uzun vadeli politikalar geliştirilmesi bakımından önemlidir. Çevre politikalarının yanı sıra bütçe politikalarında söz konusu bölgesel önceliklerin dikkate alınması daha da önemli bir konudur. Bu bakımdan çevre koruma harcamalarının iller bazında çevre sorunları düzeyini dikkate alan bir yapıda olup olmadığı araştırmaya değer bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan, Türkiye açısından, çevre koruma harcamalarının iller düzeyinde bütüncül bir şekilde ele alındığı ve bu harcamaların etkilerinin mekânsal bağımlılık ve saçılım etkilerinin incelendiği çalışmaların literatürde pek yer almadığı, farklı ülkelere yönelik çalışmaların ise görece yeni sayılabileceği belirtilmektedir (Kızıltan ve Yereli, 2023 s. 399). Bu bağlamda çalışma, 81 ilin çevre sorunlarının düzeyini ve bu sorunların çözümünde kullanılan çevre koruma harcamalarının niteliğini değerlendirmek üzere mekânsal analiz yöntemleri ile ampirik bir inceleme yapmaktadır.

1. Teorik Çerçeve

Çevre sorunları teorik olarak dışsallık kavramı çerçevesinde ele alınır. Dışsallık, bir ekonomik birimin davranışının başka bir ekonomik birim üzerinde fiyat mekanizmasına dâhil edilemeyen etkiler yaratması olarak tanımlanabilir. Bu etkiler olumlu olduğunda pozitif dışsallık, olumsuz olduğunda negatif dışsallık söz konusu olur. Çevre sorunları genellikle bir ekonomik birimin davranışının çevreye zarar vermesi ve/veya üçüncü taraflara maliyet yüklemesi şeklinde negatif dışsallık olarak ortaya çıkar. Zararlı atıklarını bir nehre bırakan fabrikanın bu davranışının bölgedeki ekosisteme zarar vermesi ve insan sağlığı üzerinde olumsuz sonuçlara yol açması bir negatif dışsallık örneğidir. Bu fabrika verdiği zararın maliyetine katlanmamaktadır. Söz konusu zararların piyasa mekanizması içinde fiyatlandırılması da mümkün değildir. Bu noktada serbest piyasa etkin çalışmamakta, etkinliğin sağlanması için negatif dışsallığın içselleştirilmesi gerekmektedir. Neoklasik iktisat teorisi bu durumu bir piyasa aksaklığı olarak tanımlamakta ve normal koşullarda piyasa işleyişine müdahale etmemesi gereken devletin aksaklıklar söz konusu olduğunda dışsallıkların içselleştirilmesine yönelik müdahalesini kabul etmektedir. Bu çerçevede devlet müdahalesinin kirlilik vergileri ve kirletme sertifikaları gibi piyasa temelli araçlarla gerçekleşmesi öngörülür. Piyasa başarısızlığı durumunda devlet

müdahalesini öngören bu teorik temele Kamu Tercihi Okulu tarafından önemli bir eleştiri getirilmiş ve devlet müdahalesinin kaynak tahsisinde etkinliğin bozulmasına yol açabileceği ve bir kamu başarısızlığı durumu ortaya çıkabileceği ileri sürülmüştür³. Kamusal tercih teorisinin çözüm önerisi ise devletin müdahale sınırlarının net bir şekilde belirlenmesi yönünde olmuştur.

Geleneksel iktisatta kaynak tahsisinde etkinlik serbest piyasa konusu iken kamu tercihi teorisi kamu kaynaklarının kullanımını, bireysel çıkar, rasyonel insan gibi serbest piyasa soyutlamalarını kamu sektörüne uyarlayarak ele almıştır. Buna göre, devlet sadece kamusal çıkarlar doğrultusunda hareket eden, piyasa aksaklıklarını gideren bir aktör değildir. Karar alma süreçleri bireysel faydasını maksimize etmeye çalışan seçmenlerin, konumlarını güçlendirmek adına bireysel çıkarlarını gözeten bürokratların, siyasi iktidarı elde etmek ve korumak için oy maksimizasyonu peşinde olan politikacıların çıkar odaklı mücadelesi ile şekillenir. Bu mücadeleler asimetrik bilgi, bedavacılık sorunu, oy değişimi gibi unsurlar nedeniyle kamu kesiminde etkinsizliğe, diğer bir ifadeyle ‘kamu’ ya da ‘devlet’ başarısızlığına yol açar.

Literatürde önceleri kapalı bir kutu olarak ele alınan devletin işleyişini ve kamusal karar alma sürecini analiz ettiği iddiasında olan kamu tercihi teorisinin (Kayıran, 2008 s. 655) devlet başarısızlığı tartışmasının, piyasa başarısızlığı tartışmalarının yerini aldığı, genellikle savaş sonrası kamu kesiminin genişlemesinin bir optimalite sorunu olarak ele alındığı dönemde eleştirel kamu maliyesi literatürüne radikal bir katkı gerçekleşmiştir. O’Connor (1973) kamu tercihi teorisinin işaret ettiği mücadeleyi tamamen farklı kategoriler ve soyutlamalar ile devlet ve özel sektördeki güç ilişkileri çerçevesinde ele alarak devletin niteliğine, rolüne ve harcamalarına ilişkin geleneksel Marksist iktisat açısından da yeni olarak nitelendirilebilecek kategoriler geliştirmiştir. Geleneksel ve eleştirel kamu maliyesinin döneme ilişkin ortak tartışma konuları kamu kesiminin büyüklüğü, kamu harcamalarının artış eğiliminde olması gibi konular üzerine iken, O’Connor (1973), devlet bütçesine ilişkin tespitleri ve devletin işlevlerine ilişkin tezleri bakımından kamu maliyesinde önemli bir boşluğu doldurmuştur. Özellikle geleneksel iktisadın sıkça ele aldığı konulardan kamu kaynaklarının tahsisinde kamu harcamalarının niteliği, GSYH içindeki payı, iktisadi büyümeye ve makroekonomik hedeflere yönelik etkileri ve kamu tercihi teorisinin devlet başarısızlığı tezindeki ‘etkinsizliğin’ aslında sisteme

³ Wicksell’in kamusal karar alma sürecinin kolektif niteliğini ortaya çıkarması, Lindahl’ın bunu geliştirerek kamu kesiminde etkinliği pazarlık süreciyle açıklaması, Buchanan’ın bu çalışmalardan ilham alarak siyasi partiler, seçmenler ve bürokrasiyi analize dâhil etmesiyle kamu tercihi teorisinin bireyci ve etkinlik odaklı bakış açısının temelleri atılmıştır (Kayıran, 652-653).

içkin bir özellik, devletin birbiriyle çelişen işlevlerini yerine getirmek üzere yaptığı ekonomi politik bir tercih olduğunu göstermiştir.

O'Connor'a göre kapitalist devlet bir yandan sermaye birikiminin kârlılık koşullarını yaratmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak, diğer yandan ise toplumsal uyumu yöneterek sistemin meşruiyetini gözetmek durumundadır. Kapitalist devlet, birikim ve meşruiyet işlevleri çerçevesinde yürüttüğü bu görevleri sırasında geleneksel iktisadın varsaydığı gibi 'tarafsız' ve kamu çıkarını gözetten bir pozisyonda değildir. Dolayısıyla devletin kaynak kullanımı tercihleri kamu çıkarlarına göre değil, iki işlevin gerçekleştirilmesi sırasında ortaya çıkan çelişkilerin ekonomi politik dinamikleri yönlendirmesiyle belirlenir. Tarihsel ve toplumsal bağlamda, güç ilişkileri çerçevesinde 'devletin' ve 'kamunun' sorgulandığı bu yaklaşıma göre kaynakların kullanımı sırasında bütçe harcamaları devletin bu iki işlevine hizmet eder (O'Connor, 1973). Bu çalışma, kamu kaynaklarının çevresel önceliklere göre tahsisini, O'Connor'ın yaklaşımı çerçevesinde meşruiyet işlevi açısından değerlendirmek üzere çevre koruma harcamaları aracılığıyla analiz etmektedir.

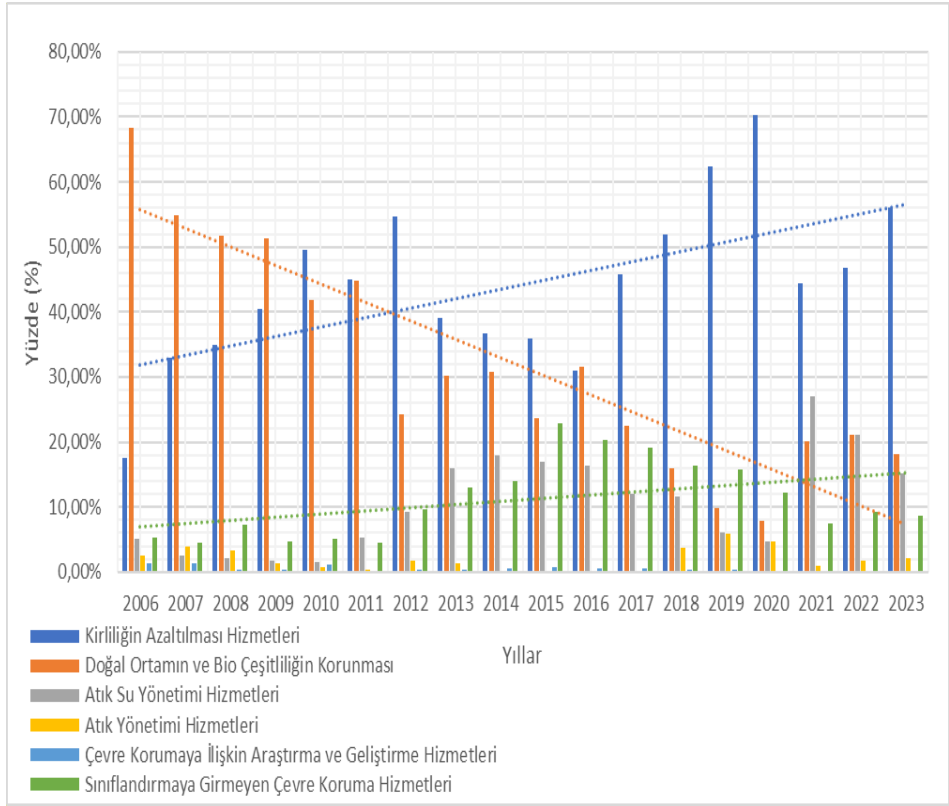
2. Ampirik Değerlendirme

O'Connor'a göre niteliği açısından her harcama kalemi her iki işleve yönelik özellikler barındırabilse de, kategori tanımları⁴ çerçevesinde harcamaları ayırtırmak mümkündür. Buna göre bütçe harcamalarının bir kısmı birikim harcaması niteliğinde iken bir kısmı da meşruiyet harcaması niteliğindedir. O'Connor çevre harcamalarını 'üretimin toplumsal giderleri' bölümünün ekinde 'çevre kirliliğinin toplumsal giderleri' (O'Connor, 1973 s. 175), diğer bir ifadeyle meşruiyet harcaması olarak ele alır. Çevrenin korunmasına yönelik hizmetler buna göre devletin varoluşsal bir gereği olarak toplumun devletten beklediği hizmetlerdir. Özel sektör, bir taraftan yarattığı çevre kirliliğinin sonuçlarına katlanmak veya maliyetini yüklenmek istemezken diğer taraftan kirliliği önlemeye yönelik politiklardan zarar gördüğünde bunun telafisini devletten bekler. Negatif dışsallığın devlet tarafından içselleştirilmesi ile bütçede ek bir toplumsal harcama yükü daha yaratılmış olur. Bu bakımdan, çevre harcamalarının, özel sektörün yol açtığı maliyetlerin devlet aracılığıyla toplumsallaştırılmasına olan katkısı nedeniyle sermaye birikiminin kârlılığının sürdürülmesine de katkıda bulunduğu söylenebilir. Ancak çevrenin korunmasından bir bütün olarak toplum faydalanmaktadır. Kategori tanımlarına

⁴ O'Connor (1973), devletin birikim işlevine yönelik harcamalarını toplumsal sermaye, meşruiyet işlevine yönelik harcamalarını toplumsal gider olarak adlandırmıştır. Toplumsal sermaye harcamaları toplumsal tüketim ve toplumsal yatırım olarak ikiye ayrılır. Kategori tanımlarının detayları için bkz. Canpolat Bıçakcı (2017), Canpolat Bıçakcı, (2023).

göre ise özellikle merkezi yönetim açısından dolaylı olarak bile üretken kabul edilemeyecek bir harcama niteliğinde olması nedeniyle meşruiyet işlevinin ön planda olduğu söylenebilir (Canpolat Bıçakcı, 2023). Bununla birlikte, devletin çevre harcamasını gerçekleştiren birimlerinin niteliği, bu birimlerin kararlarına yön veren ekonomi politik dinamikler ve alt kalemlerin hangi amaçlara yönelik oluşturulduğu hususu da oldukça belirleyicidir. Çevre koruma harcamalarının alt kalemleri bu bağlamda incelendiğinde kategori değişikliği söz konusu olabilmektedir. Grafik 1 ve Grafik 2’de bütçede fonksiyonel kodlamanın beşinci kalemi olarak yer alan çevre harcamalarının alt kalemleri görülmektedir.

Grafik 1. Merkezi Yönetim Çevre Koruma Harcamalarının Yıllar İtibarıyla Yüzdesel Değişimi (2006-2023)

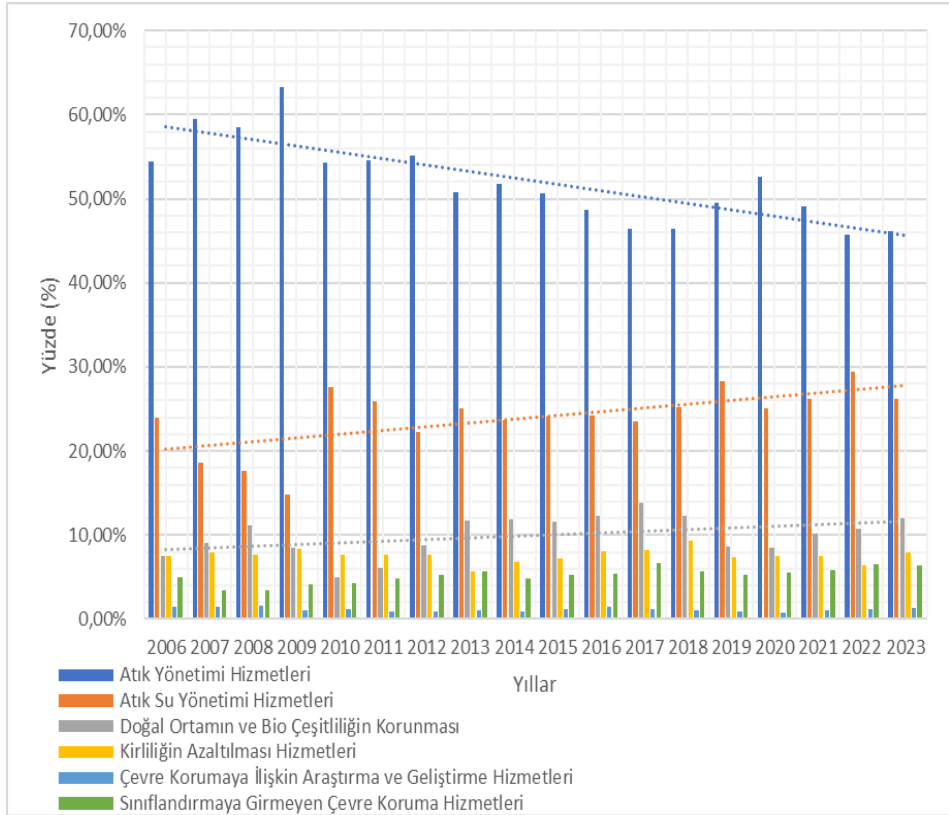


Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı Muhasebat Genel Müdürlüğü Genel Yönetim Mali İstatistikleri kullanılarak hesaplanmıştır.

Grafik 1, çevre koruma harcamalarının merkezi yönetim bütçesindeki paylarını göstermektedir. Kalemlerin 2006 yılındaki ağırlıklarının 2023 yılına gelindiğinde büyük ölçüde değiştiği görülmektedir. Buna göre, 2006 yılında

doğal ortamın ve bio çeşitliliğin korunması harcamaları en yüksek paya sahipken, 2023 yılında kirliliğin azaltılması kalemi en yüksek paya sahip olmuştur. Harcama bileşiminin önemli ölçüde değiştiği bu dönemde devlet çevrenin korunmasına yönelik meşruiyet işlevinden uzaklaşmış görünmektedir. Kirliliğin azaltılması hizmetlerine ayrılan payın yüksekliği kaynakların kirliliğin önlenmesi yerine azaltılmasına yönelik tahsis edildiğine işaret etmektedir. Söz konusu dönemde sanayileşmenin hız kesmeden arttığı ve bunun da çevre kirliliğinin artmasına yol açtığı göz önüne alındığında bütçe bileşimindeki önceliklerin zamanla birikim işlevine göre şekillendiği ifade edilebilir.

Grafik 2. Yerel Yönetim Çevre Koruma Harcamalarının Yıllar İtibarıyla Yüzdesel Değişimi (2006-2023)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı Muhasebat Genel Müdürlüğü Genel Yönetim Mali İstatistikleri kullanılarak hesaplanmıştır.

Grafik 2, çevre koruma harcamalarının yerel yönetim bütçesindeki paylarını göstermektedir. Atık yönetimi hizmetlerinin yerine getirilmesinden yerel yönetimler sorumlu olduğundan bu alt kalemin çevre koruma harcamaları

içindeki payı 2006-2023 yılları arasında %50 civarı ve üzerinde gerçekleşmiştir. Harcama bileşiminin merkezi yönetim bütçesine kıyasla önemli ölçüde değişmediği görülmektedir. Bununla birlikte, yerel yönetimlerin büyükşehir belediyesi niteliği taşıması harcamaların bu bölgelerde yoğunlaşmasına ve bölgesel dağılım açısından harcama miktarının ve bileşiminin değişmesine yol açabilmektedir. Bu durum çevre koruma harcamalarının meşruiyet niteliğini de etkilemekte ve her bütçe kaleminde görülebilecek ikili karakter yapısı bu noktada bir meşruiyet sorunsalı haline gelmektedir.

Çevre koruma harcamalarının bileşimi ve gelişiminin ortaya konulduğu bu bölümün devamında, çevre sorunları ile devlet bütçesi arasındaki ilişkinin iller düzeyinde incelendiği ampirik temelli bir değerlendirme yapılmakta, bir meşruiyet sorunsalı olarak ‘Çevre harcamaları çevre sorunlarının bölgesel ağırlığı ve sermaye birikiminin zarar verdiği veya fayda sağlamadığı bölgeler dikkate alınarak mı tasarlanıyor?’ sorusu çerçevesinde ampirik çalışmanın amaç ve kapsamı, çalışma yöntemi ile analiz bulguları sırasıyla sunulmaktadır.

2.1. Amaç ve Kapsam

Çalışmanın amacı devlet bütçesi kapsamında çevre sorunlarını önlemeye yönelik politikaların hedefler doğrultusunda tasarlanması bakımından çevreye verilen önemi ortaya koymaktır. Bu çerçevede çevre sorunları düzeyi ile genel yönetim bütçesinden çevre korumaya ayrılan harcama düzeyi arasındaki ilişkinin dengeli olup olmadığı, Türkiye’deki 81 il düzeyinde değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda iller arasında karşılaştırma yapabilmesi için çalışmanın amacına uygun değişkenlerin yanı sıra illerin temel belirleyici özelliklerini de dikkate alan toplam beş temel değişken kullanılmıştır. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından yayınlanan Türkiye Çevre Sorunları ve Öncelikleri Değerlendirme Raporu’nda (2025) yer alan iller itibarıyla çevre sorunları önceliklendirme sıralaması verileri kullanılarak kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları değişkeni elde edilmiştir. Hazine ve Maliye Bakanlığı Muhasebat Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan Genel Yönetim Mali İstatistikleri kullanılarak hem merkezi yönetim hem de yerel yönetimler için çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı hesaplanmıştır⁵. Ayrıca Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yayınlanan İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması’nda (SEGE-2017) yer alan illerin gelişmişlik düzey verileri ile büyükşehir belediyesi niteliğine sahip olup olmamaları değişken olarak kullanılmıştır.

⁵ Çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı = (İl çevre koruma harcaması/İl toplam harcaması)/(Türkiye çevre koruma harcaması/Türkiye toplam harcaması)

2.2. Yöntem

Çalışmanın amaç ve kapsamı doğrultusunda tamamlayıcı nitelikte iki farklı yöntem kullanılmaktadır. İlk olarak değişkenlerin iller itibarıyla durumunun ve dağılımının değerlendirilmesine imkan tanıyan mekânsal analiz ve bu kapsamda mekânsal otokorelasyon yöntemi uygulanmaktadır. Mekânsal veri analizi, mekân temelli verilerin diğer mekânsal verilerle ilişkisinin açıklandığı bir yöntemdir (Bailey & Gatrell, 1995). Bu yöntemde ilgili veriler itibarıyla mekânsal dağılım ve bu dağılımın mekânsal yoğunluk düzeyini inceleyen ve mekânsal kümelenme düzeyini test eden teknikler içerilmektedir. Böylelikle mekânsal temelli farklılıklar, mekânsal ilişki modelleri ve mekânsal heterojenlik düzeyinin saptanması ile mekânsal dağılımların tanımlanabilmektedir (Anselin, 1998). Bu kapsamda ilk olarak GeoDa programı aracılığıyla temel değişkenler il bazlı dağılımı haritalar aracılığıyla incelenerek sunulmakta sonrasında ise dağılımlarının yoğunlaşma ve komşu iller itibarıyla farklılaşma düzeylerini ortaya koymak amacıyla da mekânsal otokorelasyon düzeyleri incelenmektedir. Çalışma kapsamında mekânsal otokorelasyon ölçümünde en yaygın kullanılan yöntemlerden olan ve komşu değerlerin mekânsal olarak ağırlık ortalamaları ve gözlem değerleri arasındaki doğrusal ilişki derecesini gösteren Moran's I istatistiğinden yararlanılmaktadır (Griffith & Layne, 1999, s. 15). Bu istatistik -1 ile 1 aralığında değer almakta olup, sıfıra yakınlık mekânsal ilişki derecesinin düşüklüğünü, 1'e yakınlık pozitif ilişki yüksekliğini, -1'e yakınlık ise ters yönlü ilişki yüksekliğini göstermektedir.

İkinci olarak ise bütün değişkenler itibarıyla iller arasındaki farklılığın ortaya konulabilmesi için kümeleme analizi yöntemi kullanılmaktadır. Kümeleme analizi yöntemi birimler, değişkenler, birim ve değişkenler arası uzaklık, yakınlık, benzerlik veya farklılıklar temelinde kullanılan ölçüm yöntemleri aracılığıyla homojen gruplar oluşturulmasına imkân sağlamaktadır (Özdamar, 2018 s. 228). Yöntem aşamalı ve aşamalı olmayan olmak üzere iki farklı şekilde uygulanmaktadır. Aşamalı kümeleme yöntemi ile değişkenlerin ve birimlerin farklı benzerlik düzeylerinde kümeler oluşturulurken; aşamalı olmayan kümeleme yönteminde sadece birimler kümelenmektedir (Özdamar, 2018 s. 321). Çalışma kapsamında küme sayısının belirlenebilmesi için öncelikle iki aşamalı kümeleme yöntemi uygulanmaktadır. Küme sayısının belirlenmesinde uzaklık veya benzerlik matrisi hesaplamasına gerek bulunmaması nedeniyle (Özdamar, 2018 s. 323) Akaike bilgi kriteri ve küme kalitesi değerleri incelenmektedir. Sonrasında ise birimlerin kümelenmesinde aşamalı olmayan kümeleme yöntemleri arasında en yaygın kullanılan, K-Ortalamalar Yöntemi uygulanmaktadır. Bu yöntem ile de çok sayıda birimden elde edilen sürekli p

değişkenli veri setlerinin küme içi kareler toplamlarının minimize edilmesiyle k kümeye ayrılmasına imkân sağlanmaktadır.

$$p=(p_1, p_2, \dots, p_n) \quad \text{ve} \quad q=(q_1, q_2, \dots, q_n)$$

$$\sqrt{\sum_{i=1}^n (p_i - q_i)^2} = \sqrt{(p_1 - q_1)^2 + (p_2 - q_2)^2 + \dots + (p_n - q_n)^2}$$

Aşamalı olmayan kümeleme yönteminin de tamamlanmasıyla elde edilen sonuçların ve değişkenlerin küme oluşumundaki belirleyici etkisini incelemek amacıyla ANOVA varyans analizi sunulmaktadır. Nihayetinde kümeler bazında illerin dağılımı karşılaştırmalı olarak sunulmaktadır.

2.3. Analiz Bulguları

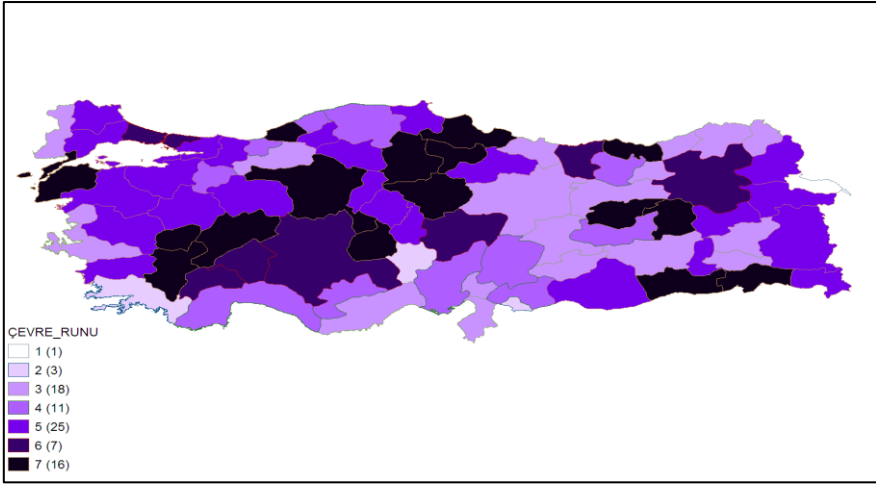
Bu bölümde analiz bulguları iki kategoride ele alınmaktadır. İlk olarak mekânsal analiz bulguları ile temel değişkenlerin (kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları ile merkez ve yerel yönetimde çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı) dağılımı ve bu dağılımın yoğunlaşma düzeyi değerlendirilmektedir. İkinci olarak ise kümeleme analizi yöntemi ile bütün değişkenler itibarıyla iller bazındaki benzerlik ve farklılıklar ortaya koyulmaktadır.

2.3.1. Mekânsal Analiz Bulguları

Şekil 1 çevre sorunlarının yüzdesel dağılımını göstermektedir. Her bir kategoride yer alan il sayısı haritada belirtilmiş olup açık renkten koyu renge doğru gidildikçe kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunu düzeyi artmaktadır. Buna göre harita bütün olarak incelendiğinde kategorik çeşitlilik itibarıyla üç temel çevre sorunun bulunduğu iller ülkenin orta doğu bölgesinde yoğunluk gösterirken, beş temel çevre sorunun bulunduğu iller hem doğu hem batı bölgelerde yoğunluk göstermekle birlikte bu yoğunluğun komşu illerde toplandığı, diğer kategorik çeşitlilik düzeylerinin ise bölgesel yoğunluk göstermediği görülmektedir.

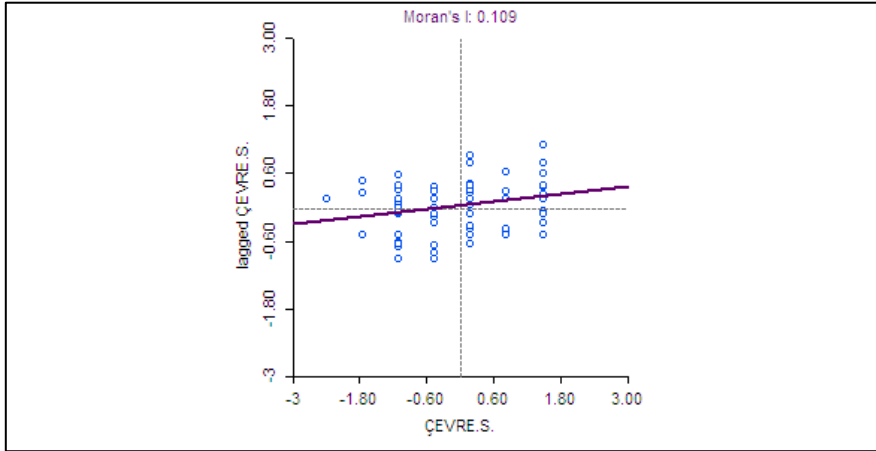
Diğer taraftan, sadece Iğdır'da bir adet temel çevre sorunu bulunurken, Kilis, Muğla ve Niğde illerinde de iki adet temel çevre sorunu bulunmaktadır. Bununla birlikte on altısında yedi tane olmak üzere toplam kırk sekiz ilde beş ve üzeri kategoride temel çevre sorunu bulunmaktadır (Şekil 1).

Şekil 1. Çevre Sorunları Yüzdesel Dağılım Haritası



Şekil 1’de yer alan dağılım ve ulaşılan bulgular göz önünde bulundurularak bu dağılımın mekânsal yoğunlaşma düzeyi incelendiğinde ise mevcut mekânsallık etkisinin kayda değer düzeyde olmadığı sonucuna erişilmektedir. Zira kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunlarının mekânsal otokorelasyon düzeyi 0,109 değeri ile sıfıra oldukça yakındır (Şekil 2).

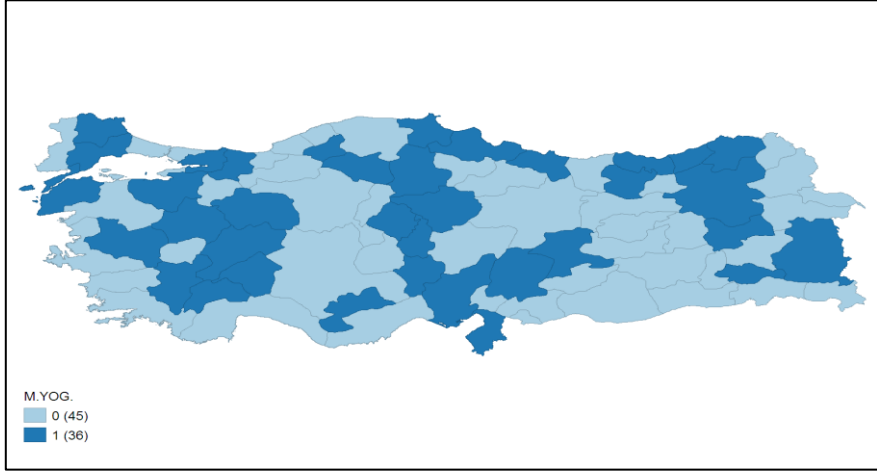
Şekil 2. Çevre Sorunları Yerel Saçılım Grafiği (Moran’s I)



Merkezi yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı ülke ortalaması üzerinde olan illerde (katsayı >1) koyu renkli iken, ortalamanın altında olan illerde (katsayı<1) açık renklidir. Buna göre harita aracılığıyla sunulan aralarında bölgesel farklılık olsa da bölgesel bazda komşuluk ilişkisi

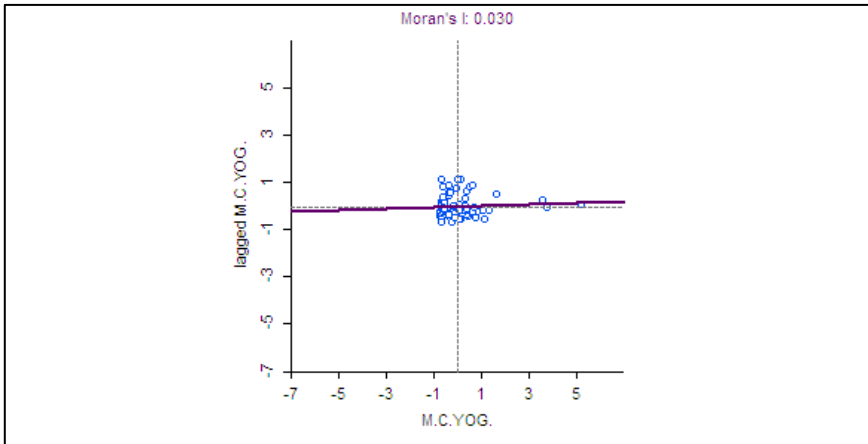
bulunan toplam otuz altı ilde söz konusu katsayı ortalamanın üzerindeyken, kırk beş tanesinde ortalamanın altındadır (Şekil 3).

Şekil 3. Merkezi Yönetim Çevre Koruma Harcamaları Yüzdesel Dağılım Haritası



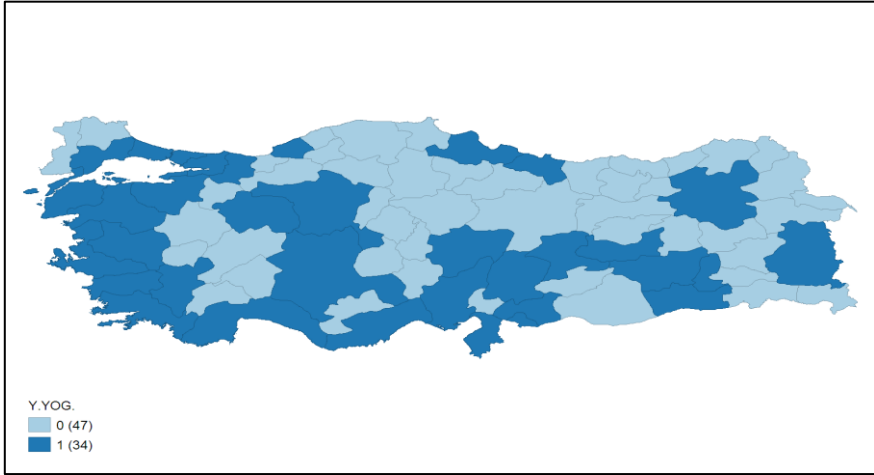
Şekil 3'te yer alan dağılımın mekânsal yoğunlaşma düzeyi incelendiğinde mevcut mekânsallık etkisinin kayda değer düzeyde olmadığı, merkezi yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısının mekânsal otokorelasyon düzeyinin 0,030 değeri ile sıfıra oldukça yakın olduğu görülmektedir (Şekil 4).

Şekil 4. Merkezi Yönetim Çevre Koruma Harcamaları Yerel Saçılım Grafiği (Moran's I)



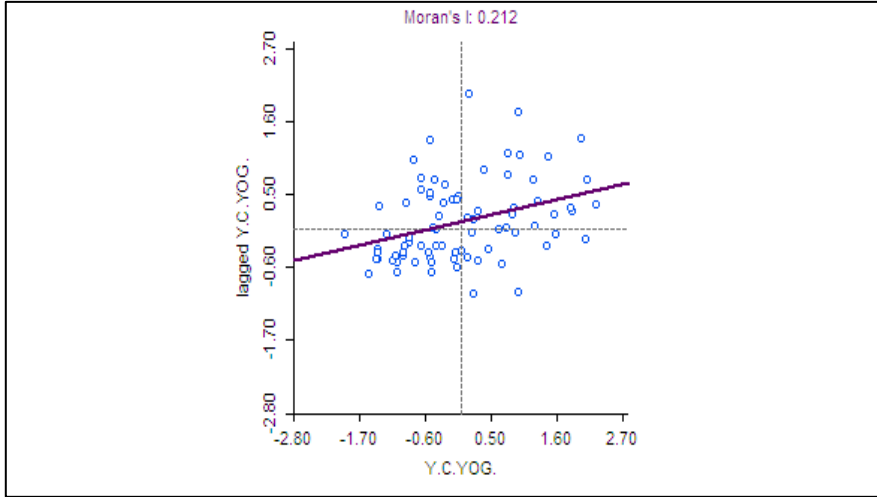
Yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı, merkezi yönetim ile benzer şekilde, ülke ortalaması üzerinde olan illerde (katsayı >1) koyu renkli, ortalamanın altında olan illerde (katsayı<1) ise açık renkli gösterilmektedir. Buna göre toplam otuz dört ilde söz konusu katsayı ortalamanın üzerindeyken, kırk yedi tanesinde ortalamanın altındadır (Şekil 5).

Şekil 5. Yerel Yönetim Çevre Koruma Harcamaları Yüzdesel Dağılım Haritası



Şekil 5’te yer alan dağılımın mekânsal yoğunlaşma düzeyi incelendiğinde ise mevcut mekânsallık etkisinin kayda değer düzeyde olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Nitekim yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı mekânsal otokorelasyon düzeyinin, her ne kadar merkezi yönetime göre belirgin ölçüde yüksek olsa da, 0,212 değeri ile sıfıra oldukça yakın olduğu görülmektedir (Şekil 6).

Şekil 6. Yerel Yönetim Çevre Koruma Harcamaları Yerel Saçılım Grafiği (Moran's I)

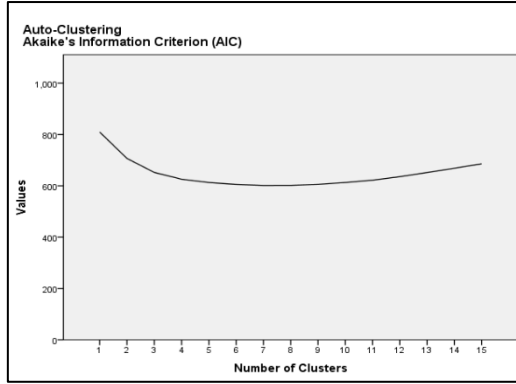


Mekânsal otokorelasyon yöntemi kapsamında ulaşılan bulgular bütün olarak değerlendirildiğinde, gerek kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunlarının, gerekse merkezi ve yerel yönetimler çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayılarının 81 il bazında mekânsallık etkisine yol açacak düzeyde homojen bir dağılım göstermediği sonucuna ulaşılmaktadır. Dolayısıyla da söz konusu değişkenlerin dağılımında ortak bir yapının bulunduğu dair mekânsal temelli bir bulguya erişilememektedir.

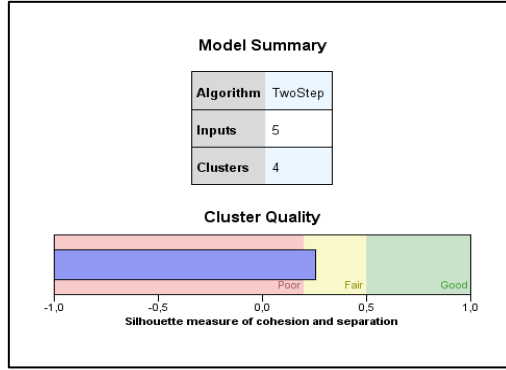
2.3.2. Kümeleme Analizi Bulguları

İlk olarak iki aşamalı kümeleme yöntemi uygulama sonuçları sunulmaktadır. Buna göre Akaike Bilgi Kriteri ile değişkenlerin uyum iyiliği hakkında bilgi edinilmekte ve sonrasında küme kalitesi uygunluğu incelenmektedir (Şekil 7 ve Şekil 8). Ulaşılan bulgulara göre 81 ilin 4 kümeye ayrılması uygun bulunmuştur.

Şekil 7. Akaike Bilgi Kriteri



Şekil 8. Küme Kalitesi



İkinci olarak aşamalı olmayan kümeleme yöntemi uygulama sonuçları sunulmaktadır. Bu kapsamda literatürde sıklıkla kullanılan K-Ortalamlar Yöntemi uygulanmıştır. Buna göre ilk olarak son kümeleme merkezleri (Tablo 1) incelenmiş ve değişkenler itibarıyla kümelerin birbirinden oldukça farklı olduğu görülmüştür. Merkezi yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı birinci kümede, yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı üçüncü kümede, kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları ikinci kümede, sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesi dördüncü kümede en yüksek değere sahiptir. Sadece belediye niteliği, yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı ile benzer şekilde üçüncü kümede en yüksek değerdedir.

Tablo 1. Son Küme Merkezleri

	Cluster			
	1	2	3	4
Zscore M. YOĞUNLAŞMA	4,16424	-,13492	-,00877	-,30435
Zscore Y.YOĞUNLAŞMA	-,58346	-,50773	1,19707	-,37756
Zscore ÇEVRE SORUNU	-,04787	,76763	,22629	-,94030
Zscore SEGE	-,02209	,32583	-1,04325	,49624
Zscore BELEDİYE	-,76222	-,68872	1,29577	-,24772

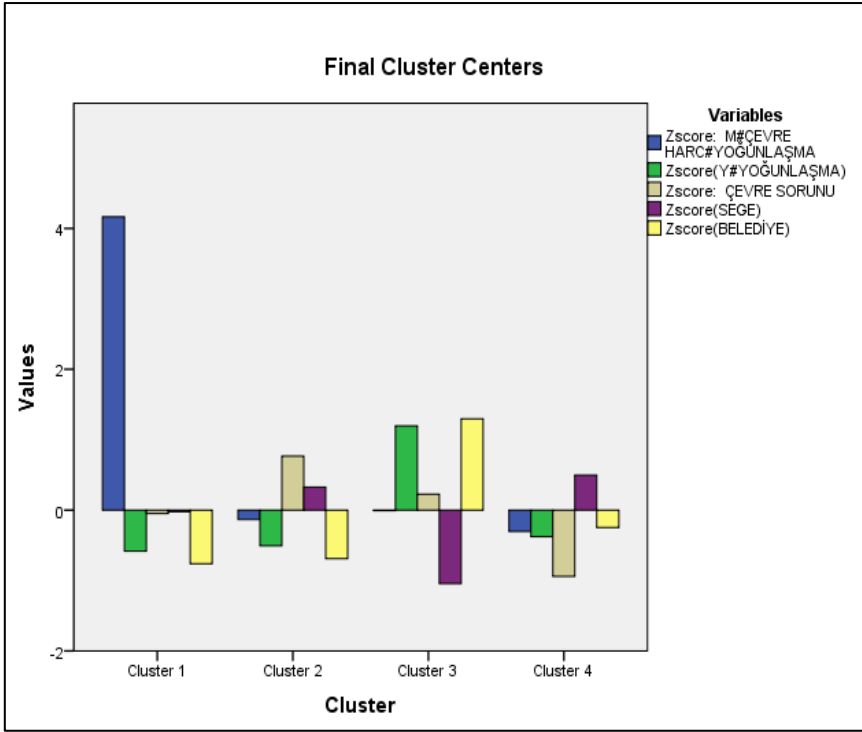
İkinci olarak son küme merkezleri arasındaki ilişkinin ortaya koyulabilmesi amacıyla son küme merkezleri arasındaki uzaklık incelenmiştir (Tablo 2). Buna göre uzaklık değerinin en düşük olduğu iki ve dördüncü kümeler benzerlik değerinin yüksek olduğu (en yakın), uzaklık değerinin en yüksek olduğu bir ve üçüncü kümeler ise benzerlik değerinin en düşük olduğu (en uzak) kümelerdir.

Tablo 2. Son Küme Merkezleri Arasındaki Uzaklık

Cluster	1	2	3	4
1		4,391	5,093	4,620
2	4,391		3,005	1,785
3	5,093	3,005		2,946
4	4,620	1,785	2,946	

Üçüncü olarak son küme merkezleri arasındaki ilişkinin değişkenler itibarıyla detaylı olarak incelenebilmesi için aşağıda yer alan şekil oluşturulmuştur (Şekil 9). Buna göre Tablo 1 kapsamında da belirtildiği gibi değişkenlerin tamamı için kümeler arasında belirgin farklılıkların olduğu görülmektedir. Böylelikle ortaya çıkan dağılım itibarıyla kümelerin homojen yapıda olduğu söylenebilir.

Şekil 9. Son Küme Merkezleri Değişken Değerleri



Dördüncü olarak değişkenlerin kümelemeye katkısının incelenmesi amacıyla ANOVA Varyans Analizi yapılmıştır (Tablo 3). Buna göre değişkenlerin tamamının önemli olasılık düzeyinde ($p < 0,05$) kümelemeye katkısı bulunmaktadır.

Tablo 3. ANOVA Varyans Analizi

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Zscore: M.ÇEVRE HARC.YOĞUNLAŞMA	18,376	3	,323	77	56,889	,000
Zscore(Y.YOĞUNLAŞMA)	14,585	3	,483	77	30,188	,000
Zscore: ÇEVRE SORUNU	14,130	3	,488	77	28,928	,000
Zscore(SEGE)	11,271	3	,600	77	18,791	,000
Zscore(BELEDİYE)	17,894	3	,342	77	52,350	,000

Son olarak K-Ortalamalar Yöntemi kapsamındaki uygulamalar sonucunda 81 ilin yer aldığı kümeler aşağıda yer alan tablo aracılığıyla sunulmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. İllerin (81 il) Ait Olduğu Kümeler

Birinci Küme	Burdur, Rize, Sinop
İkinci Küme	Batman, Bingöl, Çanakkale, Çankırı, Çorum, Afyonkarahisar, Giresun, Hakkari, Isparta, Ağrı, Karabük, Kars, Kırıkkale, Aksaray, Kırklareli, Kırşehir, Kütahya, Mardin, Amasya, Muş, Nevşehir, Şırnak, Tokat, Tunceli, Uşak, Yalova, Yozgat, Zonguldak
Üçüncü Küme	Adana, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kocaeli, Konya, Manisa, Mersin, Muğla, Sakarya, Samsun, Ankara, Tekirdağ, Trabzon, Antalya
Dördüncü Küme	Artvin, Bartın, Bayburt, Bilecik, Bitlis, Bolu, Adıyaman, Diyarbakır, Düzce, Edirne, Elazığ, Erzincan, Gümüşhane, Hatay, Iğdır, Kahramanmaraş, Karaman, Kastamonu, Kilis, Malatya, Niğde, Ordu, Osmaniye, Şanlıurfa, Siirt, Sivas, Van, Ardahan

Her bir kümenin dolayısıyla da her bir kümedeki illerin ilgili değişkenler bazındaki temel özellikleri, son küme merkezleri (Tablo 1), küme merkezleri arasındaki uzaklık (Tablo 2) ve Son Küme Merkezleri Değişken Değerleri (Şekil 9) verileri ile bu kapsamda yapılan değerlendirmeler aracılığıyla ele alınmaktadır.

Birinci kümedeki illerin Merkezi yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı diğer illerin aksine önemli ölçüde yüksektir. Bununla birlikte bu illerde yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı en düşük düzeydedir. Büyükşehir belediyesi niteliğinde olmayan bu illerde, sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi ile kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları ise ortalama düzeydedir.

İkinci kümede hem Merkezi yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı hem de yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı düşük düzeydedir. Büyük ölçüde büyükşehir belediyesi niteliğinde olmayan ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi düşük olan bu illerde, kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları ise en üst düzeydedir.

Üçüncü kümede merkezi yönetim çevre harcamaları yoğunlaşma katsayısı ortalama düzeyde olmakla birlikte yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı en yüksek düzeydedir. Büyükşehir belediyesi niteliğinde olan ve sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesi yüksek olan bu illerde kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları ise yüksek düzeydedir.

Dördüncü kümede hem merkezi yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı hem de yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısı düşük düzeydedir. Çoğunlukla büyükşehir belediyesi niteliğinde olmayan ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyinin en düşük düzeyde olduğu bu illerde, kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları da en düşük düzeydedir.

Kümeler bazında karşılaştırmalı değerlendirme yapıldığında kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları en düşük düzeydeyken merkezi ve yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısının düşük olduğu dördüncü küme (28 il) ile kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları yüksek düzeydeyken özellikle yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısının en yüksek düzeyde olduğu üçüncü küme (22 il) ideal duruma en yakın illerden oluşmaktadır. Bununla birlikte kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları en yüksek düzeyde olmasına rağmen merkezi ve özellikle de yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısının düşük düzeyde olduğu ikinci küme (28 il) ise ideal durumdan en uzak illeri kapsamaktadır. Diğer kümelerden önemli ölçüde farklılaşan birinci kümedeki illerde ise (3 il) kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları ortalama düzeyde olmasına rağmen yerel yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısının düşüklüğü, bu illeri de ideal durumdan uzaklaştırmaktadır. Bununla birlikte, birinci kümedeki üç il için merkezi yönetim çevre koruma harcamaları yoğunlaşma katsayısının önemli ölçüde yüksek olması bu durumu değiştirememektedir. Zira çevre koruma harcamaları, esas olarak yerel yönetim bütçesinden karşılanmaktadır. Birinci kümedeki illerde merkezi yönetimin katkısının yüksek olmasının çevreye yönelik anlamlı bir etki yaratmıyor olması nedeniyle meşruiyet işlevi belirsizleşmektedir. Yerel yönetimlerin son yıllarda çevreyi estetik önceliklerle peyzaj ve çevre düzenleme hizmeti olarak ele almaya başladığı göz önüne alındığında (Hassamancıoğlu, 2021), yapılan harcamanın sermaye birikiminin fayda sağlamadığı ya da zarara uğrattığı toplum kesimine ve çevrenin bozulmadan önce korunmasına yönelik olmaktan uzaklaşması bir meşruiyet sorunsalına dönüşmektedir. Diğer taraftan, orta düzeyde çevre sorunu yaşanan bu illerde merkezi yönetimin yüksek yerel yönetimin düşük harcama yoğunluğu etkili bir harcama yönetiminin bulunmadığını gösteren bir yapıya işaret etmektedir.

Yerel yönetimler, çevre hizmetlerini kısıtlı öz gelirleri ile finanse etmekte ve büyük ölçüde hizmet alımı ihaleleri aracılığıyla yürütmektedir. Bu durum, yerel yönetimlere aktarılan bir kaynağın hizmet alımları ile özel sektöre aktarılması olarak değerlendirilebilir. Özellikle güçlü belediyelere sahip illerde bu durum daha da belirginleşir. Çevre sorunlarının yüksek olduğu ancak gelişmişliğin düşük olduğu ikinci küme illerinin bütçeden aldığı payın düşük kalması, devletin meşruiyet işlevini bu bölgelerde askıya aldığını göstermektedir. Buna karşın kaynakların sermaye yoğunluğunun yüksek olduğu üçüncü küme illerinde yoğunlaşması, bütçenin bu açıdan birikim işlevine hizmet ettiğinin mekânsal göstergesi niteliğindedir. Literatürdeki ampirik bulgular, sanayileşmenin ve kentleşmenin yoğun olduğu bölgelerde çevresel baskıların

yerel idareleri zorunlu olarak daha yüksek çevre harcaması yapmaya yönlendirdiğini doğrulamaktadır (Kızıltan ve Yereli, 2023 s. 398). Dördüncü kümede yer alan sermaye birikiminin yoğun olmadığı ve fayda sağlamadığı illerde çevre sorunlarının düşük olması ile paralel olarak harcamaların da düşük gerçekleşmesinin meşruiyet işlevine uygun olduğu söylenebilir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Çevre söz konusu olduğunda kaynak tahsisinin bölgesel çevre sorunlarının ağırlığına veya kısa ve uzun vadeli bölgesel ihtiyaç durumuna göre gelişebilecek olağanüstü çevre olayları da dikkate alınarak planlanması durumunda adil ve etkili bir politika yürütülebilir. Çalışmanın ampirik bulguları illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi ile yerel yönetimlerin niteliği ve mali gücünün süreçte belirleyici olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Büyükşehir belediyesi bulunan ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek olan 22 ilin yer aldığı üçüncü kümede yerel yönetim çevre koruma harcamaları, çevre sorunlarının yüksekliği ile paralel olarak daha yüksek gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, ampirik bulgular bütün sonuçları ile ele alındığında, Türkiye’de çevre koruma harcamalarının illerin çevresel önceliklerine göre adil ve etkili bir planlamayla tahsis edilmediği ortaya çıkmaktadır. Büyükşehir belediyesi niteliğinde olan ve sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesi yüksek illerden oluşan üçüncü kümedeki paralellik ve ideal durum diğer kümelerde görülmemektedir. 28 ilin yer aldığı ikinci kümede, kategorik çeşitlilik itibarıyla çevre sorunları en yüksek düzeyde iken, hem merkezi hem de yerel yönetim çevre koruma harcamaları düşük seviyede kalmıştır. Bu durum söz konusu illerde büyükşehir belediyesinin olmaması ve illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyinin düşüklüğü ile açıklanabilir. Çevre koruma harcamalarının temel olarak yerel yönetim bütçelerinden finanse edildiği dikkate alındığında, sistemin mevcut bütçe yapısının çevresel önceliği olan illeri değil, güçlü belediyeleri ve yüksek gelişmişlik düzeyi olan illeri desteklediği ortaya çıkmaktadır.

Diğer taraftan, çevre harcamalarının alt kalemlerinin dağılımı dikkate alındığında merkezi yönetim bütçesinde çevre harcamalarının ‘doğal ortamın ve bio çeşitliliğin korunması’ hizmetlerinden ‘kirliliğin azaltılması’ hizmetlerine kaydırıldığı görülmektedir. Bu tercih ise çevre koruma amacının geri planda kalması nedeniyle çevre hizmetlerinin meşruiyet harcaması olarak ele alınmasının artık mümkün olmadığını göstermektedir. Yerel yönetim çevre harcamalarına bakıldığında ekonomik kodlamanın mal ve hizmet alımları ile sermaye giderleri kalemlerinde sınıflanan atık hizmetlerini de dolaylı olarak sermaye birikimine katkı sağlama niteliği nedeniyle meşruiyet harcaması olarak değerlendirmek mümkün görünmemektedir. Yerel yönetimlerde atık bertarafı,

öp toplama, bu hizmetlerde kullanılan büyük ekipmanların alımı ve bakımı gibi hizmetlerin ihaleler ve taşeron firmalar aracılığıyla yürütüldüğü dikkate alındığında bu hizmetlerin sermaye birikimini destekleme niteliğinin daha ön planda olduğu ifade edilebilir. Çalışmada ele alınan dönemde genel anlamda çevre koruma harcamaları meşruiyet harcaması niteliğini kaybetmiştir. Çevre harcamalarının çevre kirliliğinin ‘önlenmesi’ ve çevrenin ‘korunması’ amaçlarına yönelik kullanımı için çevre sorunlarına daha fazla kaynak ayrılması ve bunun da ötesinde somut, uygulanabilir, geniş kapsamlı bir politika tasarımı gerekmektedir.

Kaynakça

- Acar S., Meydan M. C., Kazancık L. B. & Işık M. (2019). *İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması (SEGE-2017)*. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Anselin, L. (1998). Interactive techniques and explanatory spatial data analysis. P. Longley, M. Goodchild, D. Maguire, & D. Wind içinde, *Geographical information systems: Principles, techniques, management and applications* (ss. 253-265). Wiley.
- Bailey, T., & Gatrell, A. (1995). *Interactive spatial data analysis*. Addison Wesley Longman Limited.
- Canpolat Bıçakcı, S. (2017). Bütçe kategorizasyonu gölgesinde devletin işlevleri: Bir kategorizasyon denemesi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 72(4), 1081-1106.
- Canpolat Bıçakcı, S. (2023). *Türkiye'de devlet bütçesinin ekonomi politikası: Birlik ve meşruiyet işlevleri bağlamında gider bütçesinin yeniden sınıflandırılması*. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Çevresel Etki Değerlendirmesi, İzin ve Denetim Genel Müdürlüğü. (2025). *Türkiye çevre sorunları ve öncelikleri değerlendirme raporu (2023 yılı verileriyle)*. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı.
- Griffith, D., & Layne, L. (1999). *A casebook for spatial statistical data analysis: A compilation of analyses of different thematic data sets*. Oxford University Press.
- Hassamancıoğlu, V. M. (2021). Türkiye'de yerel yönetimlerin kentsel açık-yeşil alan yönetimi stratejilerinin değerlendirilmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(39), 627-656.
- Kayıran, M. (2008). Kamu maliyesi. F. Başkaya ve A. Ördek (Ed.), *Ekonomik kurumlar ve kavramlar sözlüğü* içinde (ss. 651-658). Özgür Üniversite.
- Kızıltan, M. ve Yereli, A. B. (2023). Belediyelerin çevre koruma harcamaları üzerinde sanayileşmenin etkilerinin mekânsal analizi: Türkiye örneği. *Sosyoekonomi*, 31(55), 397-416.
- Muhasebat Genel Müdürlüğü (2023). *Genel yönetim mali istatistikleri*. T. C. Hazine ve Maliye Bakanlığı.
- O'Connor, J. (1973). *The fiscal crisis of the state*. St. Martin's Press.
- Özdamar, K. (2018). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Nisan Kitabevi.

16. Bölüm

Yemeğin ve Lezzetin Sosyolojisi: Hatay Mutfağında Sınıf, Toplumsal Cinsiyet ve İktidar

Zerrin ARSLAN¹

Özet

Bu çalışma, Hatay/Antakya da evde pişirilen Antakya yemek ve lezzetlerini sınıf, toplumsal cinsiyet, etno-dinsel aidiyet, ev içi iktidar ve toplumsal bellek ilişkileri içinde incelemektedir. Çalışmanın amacı, Hatay mutfağını, emeğin, gündelik ilişkilerin, toplumsal cinsiyet ve farklı iktidar örüntülerinin yeniden üretildiği bir toplumsal alan olarak çözümlemektir. Araştırma, yaklaşık on iki yıla yayılan nitel etnografik bir alan çalışmasına dayanmaktadır. Mart-Ağustos 2015 dönemindeki planlı saha çalışmasında gönüllü katılım ve kartopu örnekleme yoluyla yedi derinlemesine görüşme ve on dört odak grup görüşmesi yapılmıştır. 2015-2026 arasında ise yüz yüze derinlemesine görüşmeler, gözlem, katılımcı gözlem teknikleriyle evlerdeki günlük yemek pratikleri izlenmiştir. Veriler düşünömsel tematik çözümleme yoluyla ev içi yemek emeği ve toplumsal cinsiyet ve iktidar, lezzetin sınıfsal özellikleri ve kaynaklara erişim, kimlik ve aidiyet, sınır ve bellek temaları etrafında analiz edilmiştir.

Bulgular, yemeğin malzeme temininden hazırlama, pişirme, servis, tüketim ve temizliğe uzanan çok katmanlı bir emek sürecinin ürünü olduğunu; ancak, özellikle kadınların bakım, misafirperverlik ve yemek emeğinin önemli ölçüde görünmez olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte mutfak, kadınların bilgi ve gündelik karar alma olanaklarını kullandıkları özneleşme biçimlerinin de ortaya çıktığı ilişkisel bir alandır. Bourdieu'nun habitus kavramı ve sermaye yaklaşımıyla gösterdiği gibi, lezzet bireysel tercihle değil, öğrenilmiş yatkınlıklar ile ekonomik, kültürel, sosyal ve sembolik sermayelerin eşitsiz bileşimleri içinde üretilir. Belirli malzemeleri ayırt etme, özgün ürünü tanıma, aktarılan yemek bilgisini kullanma, yeniden üretme ve aktarma, kültürel sermayenin mutfaktaki bedenleşmiş halidir. Sahip olunan ekipman ve gerektiğinde dışarıdan emek satın alma olanakları, en iyi malzemenin bulunacağı en iyi yer ve tedarik ağlarını bilen tanıdıklar aracılığıyla temin etme gibi pratikler, sosyal, ekonomik ve sembolik

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, 31115 Serinyol, Antakya-Hatay, Türkiye.
ORCID: 0000-0001-7532-7786
e-mail: zarslan@mku.edu.tr, azerrin@gmail.com

sermayelerin bileşimidir. Toplumsal ve sınıfsal farklılıklar, farklı sermaye bileşimleriyle yeniden üretilmekte, dönüştürülmekte ve hatta değiştirilmektedir.

Ortaklaşan yemekler ve malzemeler ile yemek adları, tarifler, pişirme teknikleri ve ritüel bağlamlar toplumsal gruplar arasındaki farklılıkları ve sınırları sürdürmekte, yeniden kurmakta ve aynı zamanda temas içinde müzakereye açmaktadır. Covid-19 pandemisi ve 6 Şubat 2023 depremleri, yemek belleğinin ve pratiklerinin sürekliliğinin yalnızca tarif bilgisine değil, mekân, malzeme, ekipman, zaman ve sosyal ilişki ağlarına bağlı olduğunu görünür kılmıştır. Çalışma, ayrıca ev mutfuğı ile gastronomi piyasasının karşıt alanlar olmadığını, aksine bu alanlar arasında yoğun etkileşimin olduğunu ve malzeme, tarif, bilgi, ekipman ile özgünlük ve standartlaştırma ölçütlerinin dolaşımını göstermektedir. Sonuç olarak Antakya mutfuğında lezzet, toplumsal ve sınıfsal farklılıkların karşılaştığı, yeniden üretildiğı ve müzakere edildiğı bir toplumsal ilişkiler ve örüntüler alanıdır.

Anahtar Sözcükler: Hatay-Antakya mutfuğı, yemek sosyolojisi, etnografi, sınıf, habitus ve sermayeler, toplumsal cinsiyet, iktidar, kimlik ve aidiyet, toplumsal bellek.

The Sociology of Food and Taste: Class, Gender, and Power in Hatay Cuisine

Abstract

This study examines home-cooked Antakya dishes and flavors in Hatay/Antakya in relation to class, gender, ethno-religious belonging, domestic power, and social memory. The aim of the study is to analyze Hatay cuisine as a social field where labor, everyday relations, and different forms of power intersect, with a particular focus on class, gender, and power. The research is based on a long-term qualitative ethnographic design extending over approximately twelve years. During the planned fieldwork conducted between March and August 2015, seven in-depth interviews and fourteen focus group interviews were conducted through voluntary participation and snowball sampling. Between 2015 and 2026, everyday food practices in households were observed through ethnographic conversations, observation, and participant observation. The data were analyzed through reflexive thematic analysis around the themes of domestic food labor, gender and power, the classed characteristics of taste and access to resources, identity and belonging, boundaries and memory.

The findings show that food is the product of a multilayered labor process extending from obtaining ingredients to preparation, cooking, serving, consumption, and cleaning, and that women's care, hospitality, and food labor is largely rendered invisible. At the same time, the kitchen is a relational space in which forms of agency emerge through women's use of knowledge and everyday decision-making capacities. Bourdieu's approach to habitus and capitals shows that taste is produced not as an individual preference but through learned dispositions and unequal combinations of economic, cultural, social, and symbolic capital. The ability to distinguish particular ingredients, to recognize authentic products, and to use, reproduce, and transmit acquired culinary knowledge is a reflection of embodied cultural capital in the kitchen. The possessed equipment, the possibility of purchasing necessary labor and the ability to obtain the best ingredients through acquaintances who know where to find the best products and the most reliable supply networks demonstrate the combination of social, economic and symbolic capitals. While different combinations of capitals both produce, and are produced, through social and class differences, they also reproduce, transform and even alter these differences.

Shared foods and ingredients, together with food names, recipes, cooking techniques, and ritual contexts, sustain and reconstruct differences and boundaries between social groups, while at the same time opening them up to negotiation through contact. The COVID-19 pandemic and the earthquakes of 6 February 2023 made visible that the continuity of food memory and practices

depends not only on knowledge of recipes but also on places, ingredients, equipment, time, and networks of social relations. The study also demonstrates that the home kitchen and the gastronomic market are not opposing domains. On the contrary, there is intense interaction between these domains and a circulation of ingredients, recipes, knowledge, equipment, and criteria of authenticity and standardization. Consequently, taste in Antakya cuisine constitutes a field of social relations and patterns in which social and class differences encounter one another, are reproduced, and are negotiated.

Keywords: Hatay-Antakya cuisine, sociology of food, ethnography, class, habitus and capitals, gender, power, identity and belonging, socio-cultural memory.

Giriş

Günümüzde dünya mutfakları ile yöresel yemek ve lezzetlere, evde ve dışarıda yeme-içme pratiklerinde ve gastronomi piyasasında önemli bir yer verilmektedir. Farklı ülkelerden ve yörelerden yemeklerin yalnızca deneyimlenmesi değil, evde hazırlanması, pişirilmesi ve sunulması da hobi ve boş zaman pratiklerinin önemli bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Yöresel yemek restoranlarında ana yemekler, yöreye özgü salata, aperatif ve garnitürlerle birlikte servis edilmektedir. Evde farklı amaçlarla yemek hazırlanması, pişirilmesi ve sunulması ise piyasa için gerçekleştirilen üretim ve servisten ayrılmakta; bu süreçlerde sınıfsal konumların, toplumsal cinsiyet ilişkilerinin, aidiyetlerin ve iktidar örüntülerinin yeniden üretildiği görülmektedir. Bu çalışmada, farklı etnik ve dinsel grupların bir arada yaşadığı ve zengin mutfağıyla öne çıkan Hatay-Antakya² yemekleri; sınıf, ev içi iktidar ve toplumsal cinsiyet ilişkileri açısından sosyolojik olarak incelenmektedir.

Günümüzde birçok kentte bulunan Hatay restoranlarında, fast-food işletmelerinde ve alışveriş merkezlerinin yemek katlarında Antakya usulü soslu döner, tepsi kebabı, içli köfte (oruk), humus, zahterli zeytin salatası ve patlıcan salatası (abagannuş) gibi yemekler yaygın biçimde menülerde yer almaktadır. Ana yemeğe eşlik eden biber ezmesi, zeytin, zahter, humus ve abagannuş ile yemeğin sonunda sunulan künefe ya da tahinli kabak tatlısı ile Hatay lezzetleri” tanıtılmakta ve tattırılmaktadır. Bu piyasalaşma sürecinde aynı lezzetin evde yeniden oluşturulmasına yönelik arzu da beslenmekte; bu lezzeti sağlayan zeytinyağı, salça, nar ekşisi, tahin, baharatlar ve diğer tatlandırıcılar yöresel ürün pazarlarından, Hatay a gidip gelen kişilerden ya da çevrim içi satıcılardan temin edilmektedir. Böylece Hatay lezzetleri”, sadece dışarıda ya da Hatay da yenilebilen bir yemek olmaktan çıkarılmaktadır. Hatay yemekleri de piyasada dolaşıma sokulan yöresel ürünler ve malzemeler, özgün tarifler aracılığıyla farklı sınıfsal kaynaklara ve tüketim ağlarına bağlı bir ev içi yeniden üretim pratiği olarak kurulmaktadır.

Bu nedenle, bu çalışmada Hatay/Antakya mutfağı sadece gastronomik bir miras olarak değil, etno-dinsel aidiyetlerin, toplumsal sınıf farklılıklarının, toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünün ve ev içi iktidar ilişkilerinin kesiştiği bir

² Hatay ve Antakya ifadeleri, mutfak (cuisine), yöresel yemek ve lezzetlerden söz edilirken yaygın biçimde birbirinin yerine kullanılmaktadır. Ancak Budak (2008) tarafından, bazı benzerliklere rağmen Antakya mutfağının Asurlulardan günümüze farklı uygarlıkların karşılaşma ve geçiş güzergâhında oluşmuş, kendine özgü bir sentez niteliği taşıyan ayrı bir mutfak olduğu vurgulanmakta ve Hatay mutfağı ile Antakya mutfağı ifadelerinin özdeşleştirilmesine itiraz edilmektedir. Bu itiraz dikkate alınmakla birlikte, bu çalışmada yaygın kullanım izlenerek iki ifade yer yer birbirinin yerine kullanılmaktadır. “Antakya yemekleri” ya da “Antakya mutfağı” ifadeleri de metin içinde, bağlama göre, genel olarak Hatay ili ölçeğine gönderme yapacak biçimde kullanılmaktadır.

toplumsal alan olarak ele alınmıştır. Bu araştırma, hangi yemeklerin Hatay'a ait olduğu" sorusuna odaklanmaz. Bunun yerine, yemeklerin kimler tarafından, kimler için, hangi kaynaklarla ve hangi emek süreçleri içinde hazırlanıp sunulduğu ve bu pratikler aracılığıyla hangi toplumsal sınırların görünürlüğüne odaklanmaktadır. Bu çerçevede yöresel mutfak, durağan bir toplumsal ve kültürel olgu olarak ele alınmaz. Aksine, gündelik hayat içinde sürekli üretilen, müzakere edilen ve eşitsiz biçimde taşınan bir toplumsal ilişki alanı olarak kavramsallaştırılmaktadır.

Genelde yöresel mutfaklar, özelde Hatay mutfağı özgün üretim bağlamlarından kopararak gastronomi piyasasında standartlaştırılmış ve homojenleştirilmiş tatlara indirgenmektedir. Benzer şekilde, Antakya mutfağı üzerine çalışmanın erken döneminde, Tatlar Tüm Farkları Siliyor"³ başlıklı çalışmada, Hatay yemeklerinin her biri için tek bir tarif ve tek bir sunum biçiminin bulunduğu varsayılmıştır. Bu bağlamda yemek, kim için hazırlandığından bağımsız, farklı iktidar örüntülerini taşıyan bir yapı, dil ve semboller bütünü olarak değerlendirilmiştir. Zamanla Antakya'da yemeğin homojen bir lezzet alanı oluşturmadığı, aynı yemeğin toplumsal, sınıfsal ve etno-dinsel farklılıklara göre farklı biçimlerde hazırlandığı, sunulduğu ve anlamlandırıldığı gözlenmiştir. Böylece, Hatay yemeklerinin farklı tat ve sunum biçimleri ile yiyecek hazırlama kültürüne ilişkin kavrayış, dışarıklık" (*outsider/stranger*) bir konumdan daha aşına ve ilişkisel bir konuma yönelmiştir. Bu nedenle, Antakya mutfağının ve lezzetlerinin ardındaki toplumsal, sınıfsal, kültüre ve etno-dinsel ilişkiler ile hazırlama, pişirme, sunum, tüketim ve temizlik örüntüleri araştırılmıştır.

Bu çalışmada yemek, biyolojik gereksinimin karşılandığı bir tüketim nesnesi değil, ev içi toplumsal yeniden üretimin maddi ve sembolik araçlarından biri olarak incelenmektedir. Antakya'da evde yemek, malzemenin temininden ayıklama, doğrama ve pişirmeye, porsiyonlama ve sofrada sunuma ve son olarak temizliğe uzanan bir emek süreci olarak ele alınmaktadır. Bu süreçlerde, kimin için ne pişirildiği, hangi lezzetin hangi malzemelerle doğru olarak hazırlandığı,

³ 2015'te Antakya/Hatay yemekleri üzerine yapılan sosyolojik araştırmanın bulgu ve sonuçları, *Tastes Erasing All Differences: Production and Consumption of Food in Antioch (Antakya), Turkey* başlığı ile 25-28.8.2015 tarihlerinde Prag, Çek Cumhuriyeti'nde gerçekleştirilen *Differences, Inequalities and Sociological Imagination* temalı 12. Avrupa Sosyoloji Kongresi'nde ve *Production and Consumption of Traditional Foods in Religious and Devotional Rituals: A Case Study of Antioch, Hatay, Turkey* başlığı ile 1-4 Ekim 2015 tarihlerinde Saraybosna, Bosna-Hersek'te gerçekleştirilen 3. Uluslararası Adriyatik'ten Kafkaslara Geleneksel Gıdalar Sempozyumu'nda sunulmuştur. Zaman içinde Hatay/Antakya yemekleri üzerine uzun süreli etnografik bir saha araştırmasına dönüşen çalışmanın yöntemsel süreci *Araştırma Tasarımı ve Yöntem: Uzun Süreli Etnografi, Gündelik Hayat ve Refleksivite*" başlığı altında açıklanmaktadır.

özgün kabul edildiği, sofrada kime önce ve nasıl servis yapıldığı önem taşımaktadır.

Yine bu araştırmada Antakya mutfağı, çok kültürlülüğün ve kültürel çeşitliliğin pasif bir göstergesi olarak değil, sınıfsal kaynakların, toplumsal cinsiyete dayalı yemek emeğinin, etno-dinsel aidiyetlerin ve ev içi otoritenin gündelik pratikler içinde birlikte üretildiği bir ilişkiler alanı olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda lezzet de yalnızca duyuşsal bir nitelik olarak değil, malzemeye erişim, zaman, beceri, kuşaklar arası öğrenme, bakım emeği ve beğeni rejimlerinin ve örüntülerinin bileşimi olarak kavramsallaştırılmıştır (Bourdieu, 1984/1979; DeVault, 1991; Fielding-Singh ve Oleschuk, 2023; Goody, 1982). Bu doğrultuda analizde; yemeğin kim tarafından, kim için, hangi malzemelerle ve kimin zamanı ve emeğiyle hazırlandığı, servisi kimin gerçekleştirdiği, sofraya oturma sırasının nasıl düzenlendiği, temizlik işinin kime bırakıldığı incelenmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde, uzun süreli etnografik araştırma tasarımı, veri toplama süreci ve araştırmacının konumsallığı açıklanmaktadır. İkinci bölümde, yemek sosyolojisinin kuramsal gelişimi, toplumsal sınıfların ve emeğin yeniden üretimi bağlamında çalışmada kullanılan eleştirel yaklaşım tarihsel olarak incelenmektedir. Ayrıca, toplumsal cinsiyete dayalı ev içi iktidar örüntüleri, etno-dinsel sınırlar ve toplumsal bellek yemek ile ilişkilendirilmektedir. Üçüncü bölümde Türkiye de yemek sosyolojisinin gelişimi ve güncel çalışmalar kısaca değerlendirilmekte ve bu araştırmanın literatürdeki yeri belirlenmektedir. Dördüncü bölümde, ev içi yemek emeği, lezzetin sınıfsal özellikleri, sofraya içi iktidar, etno-dinsel ritüel ve toplumsal bellek temaları bağlamında ampirik çözümleme yapılmaktadır. Gastronomi piyasasında standardizasyon ve otantiklik temaları tartışılmaktadır. Sonuç bölümünde ise araştırmanın erken dönemindeki Tatlar tüm farkları siliyor!” varsayımı eleştirel biçimde yeniden değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, Hatay yemekleri ve lezzetleri aracılığıyla toplumsal ve sınıfsal farklılıkların nasıl müzakere edildiği, yeniden üretildiği ve zaman zaman görünmezleştirdiği tartışılmaktadır.

1. Araştırma Tasarımı ve Yöntem

Bu çalışmada, Hatay/Antakya da evde hazırlanan yöresel yemeklerin toplumsal sınıf, toplumsal cinsiyet, etno-dinsel aidiyet ve ev içi iktidar ilişkileri bakımından incelenmesine yönelik uzun süreli nitel bir etnografik araştırma tasarımı benimsenmiştir. Burada etnografi, belirli tarihler arasında uygulanmış bir veri toplama tekniği” olarak kullanılmamıştır. Antakya da yaşayan araştırmacının gündelik yaşam pratikleri ile gelişen ve zamanla toplumsal olguların nesnel gerçekliği olarak gündelik hayatın müşterek etkinliklerinin

süregelen icrası” (Garfinkel, 2014/1968, s. 7) etnografik yöntem olarak araçsallaştırılmıştır. Etnografi, gündelik yaşama uzun süreli katılım, tekrarlanan karşılaşmalar, ilişkisel yakınlık ve araştırmacı konumunun sürekli olarak sorgulanması yoluyla üretilen bir bilgi biçimi olarak kullanılmaktadır (Hammersley ve Atkinson, 2019). Yaklaşık on iki yıla yayılan araştırma süreci analitik olarak iki evreye ayrılmaktadır: Mart-Ağustos 2015 arasındaki planlı ve yoğunlaştırılmış saha çalışması ile 2015 sonrasında Eylül 2026 ya kadar gündelik yaşamın içine yerleşen uzun süreli etnografik izleme.

İlk evrede araştırma, Hatay mutfağının sosyo-kültürel, sınıfsal ve etno-dinsel anlamlarının incelenmesine yönelik nitel bir saha çalışması olarak tasarlanmıştır. Mart-Ağustos 2015 arasında gönüllü katılım temelinde ve kartopu örnekleme yoluyla ulaşılan kişilerle yüz yüze yedi derinlemesine görüşme ile on dört odak grup görüşmesi yapılmıştır. Bu evrede, Antakya mutfağının farklılıkları ortak bir lezzet etrafında görünmez kıldığı varsayımından hareket edilmiştir.

İkinci evrede, planlı saha çalışmasının sona ermesinin ardından Antakya daki gündelik yaşama gömülü uzun süreli etnografik izleme sürdürülmüştür. Araştırmacı konumsallığı bu tasarımın yöntemsel bir bileşeni olarak değerlendirilmiştir. 2015 te dışarıklık” olarak tanımlanan konumun zaman içinde kente, hanelere ve gündelik ilişkilere yönelik aşinalık kazanmasıyla erişim ve yorumlama olanaklarının değiştiği gözlenmiştir. Ancak bu süreç, dışarıdan kesin biçimde içeriye geçiş olarak kavramsallaştırılmamış, daha çok farklı karşılaşmalarda yeniden müzakere edilen ilişkisel bir konumlanma olarak ele alınmıştır. Uzun süreli etnografide yakınlık, aşinalık ve güven aracılığıyla veriye erişimin artırılabilirdiği, ancak olağanlaşmış pratiklerin sorgulanmadan kabul edilmesi riskinin de büyüyebildiği kabul edilmiştir. Bu nedenle düşünömsellik (*refleksivite*), beğeni, sınıfsal konum, misafirlik ilişkileri ve özgün lezzet hakkındaki ön kabullerin analizin nesnesi haline getirilmesini sağlayan sürekli bir yöntemsel denetim olarak kullanılmıştır (Hammersley ve Atkinson, 2019; Pink, 2015).

Emerson vd (2011)’nin vurguladığı gibi, uzun süreli saha notları aracılığıyla gündelik hayatın geçici izlenimlerinin daha geniş zamansal örüntüler içinde değerlendirilmesi mümkün olmaktadır. Bu süreçte saha içinde aynı yemeklerin sınıf, hane kompozisyonu, din, mezhep, etnisite ve gündelik yaşam düzenine göre farklı biçimlerde hazırlandığının görülmesiyle araştırma sorusu dönüştürülmüştür. Böylece “Tatlar tüm farkları siler mi?” sorusunu izleyen daha eleştirel ve ilişkisel bir analitik hatta yönelinmiştir. Dost sohbetleri, ev ziyaretleri, misafir ağırlama, doğum günü, nişan, düğün, adak, bayram ve dinsel törenler gibi tekrar eden toplumsal karşılaşmalar, uzun dönem içinde ve farklı bağlamlarda gözlem olanağı sağlamıştır. Hatay mutfağına özgü zeytinyağı, nar ekşisi, salça

gibi tatlandırıcılar ve baharatlar ile zeytin, turşu, bulgur, biber, patlıcan, kabak kuruları gibi yemeklik malzemelerin tedarik edilmesi ve/veya önceden hazırlanması her sonbaharda kolektif bir uğraş olarak gözlemlenmiş ve sohbetlere konu olmuştur. Gadir-i Hum, Kıddes, Ramazan ve Kurban Bayramları, Noel kutlaması, Meryem Ana Yortusu ve Peynir Bayramı gibi farklı etno-dinsel ve yerel etkinlikler, yemeğin gündelik ve törensel biçimlerinin karşılaştırılabildiği önemli gözlem bağlamları olarak değerlendirilmiştir. Bu evrede etnografik veri toplama, sohbetler, gözlem, katılımcı gözlem ve alan notları üzerinden sürdürülmüştür.

Araştırmanın verisi, 2015 teki planlı görüşme ve odak grup materyali ile 2015-2026 arasında farklı toplumsal bağlamlarda üretilen etnografik gözlem, sohbet ve alan notlarının bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur. Analizde özellikle şu pratik alanlar izlenmiştir: yemeklerin ve lezzetlendiricilerin adlandırılması ve kategoriler oluşturulması, malzemenin nereden ve kim tarafından temin edildiği, günlük yemek ile bayram, adak, düğün veya misafir sofrası arasındaki farklar, yemeğin hazırlanmasına kimlerin katıldığı, becerinin kimden öğrenildiği ve kime aktarıldığı, servi, porsiyonlama ve temizlik işlerinin dağılımı, çocukluk lezzetleri ve özlenen yemekler, aynı yemeğin farklı etno-dinsel gruplardaki benzerlik ve farklılıkları; kutsal, yasak ya da uygun kabul edilen yiyecekler, Hatay dışında aynı lezzeti kurmak için geliştirilen malzeme ve tedarik stratejileri.

Verilerin çözümlenmesinde düşününsel tematik çözümleme mantığı benimsenmiştir (Braun ve Clarke, 2022). Analiz, önceden kapalı bir kod listesine dayanan mekanik sınıflandırmadan ziyade, saha materyali ile kuramsal kavramlar arasında tekrarlanan bir okuma süreci olarak yürütülmüştür. Bourdieu nun (1984/1979) habitus ve ayırım, Goody nin (1982) mutfak-sınıf, Douglas'ın (1972) öğün/sınır ve DeVault un (1991) toplumsal olarak örgütlenmiş besleme emeği kavramları ampirik çözümlemede kavramsal araçlar olarak kullanılmıştır. İlk aşamada yemek pratiklerinin üretim, tedarik, hazırlama, pişirme, sunum, tüketim ve temizlik boyutları ayrıştırılmış; daha sonra bu pratiklerin kimler tarafından, hangi kaynaklarla ve hangi toplumsal beklentiler altında gerçekleştirildiği karşılaştırılmıştır. Son aşamada bulgular dört ana analitik tema etrafında örgütlenmiştir: 1) ev içi yemek emeği ve toplumsal cinsiyet; 2) lezzetin sınıfsal özellikleri ve kaynaklara erişim; 3) sofrâ düzeninde iktidar ve statü; 4) etno-dinsel ritüel, sınır ve bellek.

Araştırmanın yaklaşık on iki yıllık zamansal derinliği sayesinde, tek bir tarihsel kesite ait yemek pratiklerinin “değişmez gelenek” olarak ele alınması riskini azaltmıştır. Uzun dönemli etnografik yöntemin kullanılması, Antakya

mutfağında karşılaştırma yoluyla malzeme tedarikinin ve hazırlanmasının, tariflerde kullanılan malzemelerin, ev içi iş bölümünün ve kullanılan ekipmanın ve misafir ağırlama biçimlerinin değişebilen ve dönüşebilen toplumsal pratikler olarak izlenmesine olanak sağlamıştır. Hatta yeni baharat, tatlandırıcı ve malzemelerin yanı sıra yeni mutfak ekipmanlarının da eklenmesini gözlemlemek mümkün olmuştur.

Araştırma dönemi, yaşanan CoVid 19 pandemisini ve Hatay’ın toplumsal ve maddi yaşamını köklü biçimde etkileyen 6 Şubat 2023 depremleri de kapsamaktadır. Bu olaylar yalnızca etnografik materyalin izin verdiği ölçüde yorumlanmaktadır.

Etik açıdan 2015 teki planlı görüşmeler 18 yaş üzerindeki katılımcıların gönüllü katılımı ve rızası temelinde yürütülmüştür. Ayrıca, kişisel bilgilerin korunması ve verilerin araştırma amacı dışında kullanılmaması gözetilmiştir. 2015 sonrasında gündelik yaşam içinde gelişen uzun süreli etnografik ilişkilerle gerçekleşen saha çalışmasında ise tek seferlik onam fikrinden daha geniş, ilişkisel ve süregelen bir etik sorumluluğun gerekli olduğu kabul edilmiştir. Bu nedenle mahremiyet ve bağlamsal hassasiyete özen gösterilmiş, kişilerin tanınabilirliğinin azaltılması ve özel konuşmaların araştırma materyaline dönüştürülmesinde zarar vermeme ilkeleri esas alınmıştır. Araştırmanın inandırıcılığı, derinlemesine görüşme, odak grup, etnografik sohbet, gözlem ve katılımcı gözlem gibi farklı veri üretim biçimlerinin bir arada değerlendirilmesi, zamansal derinlik ve araştırmacı konumsallığını görünür kılan düşünümsel okuma yoluyla güçlendirilmiştir. Bu çalışmada istatistiksel genelleme amaçlanmamış; Antakya mutfağında gündelik yemek pratiklerinin emek, sınıf, toplumsal cinsiyet, iktidar ve aidiyetle nasıl örüldüğünün analitik olarak çözümlenmesi ve açıklanması hedeflenmiştir.

2. Kuramsal Çerçeve: Yemek Sosyolojisinde Emek, Sınıf, Toplumsal Cinsiyet, İktidar ve Bellek

2.1. Yemek ve Öğün Sosyolojisinin Tarihsel Gelişimi

Besin/gıda ve yemek işi, sosyolojinin görece yeni konuları ve çalışma alanları arasındadır. Bunun başlıca nedeni sosyolojinin daha çok endüstri toplumları ile ilgilenmesinden, gıda, besin ve yemek işinin ise daha çok ev içi emeğe dayalı ve düşük statülü kadın işi olarak görülmesidir (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 13-22; Mennell, Murcott ve van Otterloo, 1992, s. 1). Son yıllarda gıda ve yemek, sosyal bilimlerde, özellikle sosyoloji, sosyal ve kültürel antropoloji ve siyaset biliminin önemli çalışma ve kesişme alanlarından (Murcott, 1988; Mennell, Murcott ve van Otterloo, 1992). Bununla birlikte, Breadsworth ve Keil (2011: 97), yemek yemenin fizyolojik bir his olarak acıkmaktan, sosyolojik bir eylem olarak iştah

yönelimi olgusuna dönüştüğünü ve zamanla iştah yöneliminin de değişip dönüşebileceğini belirtmektedirler.

Klasik sosyologların çalışmalarında besin ve yemek, toplumsal araştırmalarda ele alınan konuyu betimleme ya da yapılan araştırmanın toplumsal, ekonomik ve kültürel koşullarını ve özelliklerini vurgulamak amacıyla değinilmiştir. Engels (2005/1845) İngiliz işçi sınıfının yemek olarak uygun olmayan kötü gıda ile beslendiğini belirtirken, Marx (1993/1867), beslenme ve yiyeceğe, emeğin üretimi ve yeniden üretimi ve gerekli ücretin belirlenmesi bağlamında değinir. Marx ve Engels in yazılarında gıda, beslenme ve yemek, kapitalizmin gelişim sürecinde emek-gücünün ücretini belirlemede konu edilir. Weber, antik dönemdeki farklı uygarlıkları ele alırken yiyeceğin bulunması ve toplanması (1988/1909), toplu yemek yeme alışkanlıklarını ve tabu olan yiyeceklerle değinir (2004). Durkheim (1964/1915, s.157) ise, bir organizma olarak toplumun, kutsal ve yasak olan yiyecekleri, totemik kısıtlılıklar ve sınıflandırmaları, kurumları aracılığıyla nesilden nesile aktardığını belirtir; metaforlar ile sembollerin toplumsal yaşamdaki gerçeklik ile bağımlı kurmada önemini vurgular (Durkheim, 1964/1915, s.18-19). Simmel (1997/1910), “öğün/yemek sosyolojisi” (*sociology of the meal*) adlı makalesinde, yemek ve yeme eylemini, içerik ve form üzerinden kültür ve sınıfla ilişkilendirir. Öğün/yemek ezelden beri bir toplumsal kurumdur ve bir akşam öğününün üretimi, hazırlanması, pişirilip yemek odasındaki masada biçim ve içerik (*form and content*) ile estetize edilmiş bir şekilde sunulması, sınıf ile ilişkilidir. Simmel e göre alt sınıfların sofrasında yemek yeme açlığı giderecek beslenme odaklı içerik (*content*) gerektirir. Üst sınıflarda ise, yemek yeme eylemi fiziksel doyumdan uzaklaşır. Masa düzeni, renk uyumu, minimize ve estetize edilmiş sade bir sunum ile biçimin (*form*) önemli olduğu bir toplumsal düzen, statü ve paylaşım öncelikli bir sınıfsal kodlar bütünü haline gelir.

Gıda ve yemeğe odaklanan sosyolojik perspektif 1970 lerde belirginleşir. Elias’ın uygarlık süreçleri ve Braudel in gündelik ve maddi yaşamı yemek ile ilişkilendirmeleri (Linklater ve Mennell, 2010; Mennell, 1985) gıda ve yemek çalışmaları için öncü örneklerdir. Nöbert Elias (1978), yemek hazırlama, pişirme ve sunumunu uygarlığın gelişimi ile ilişkilendirir. Elias a göre, yemek ve yeme biçimleri toplumsal sınıflara göre farklılaşır ve bir süreç olarak uygarlığın gelişimi, bedenin özdenetimi ve disiplini artırır. Uygarlık seviyesi yükselirken sınıfsal farklar derinleşir, yemek ve yeme edimi üzerinden bedenin özdenetimi de süreç içinde inceler: alt sınıflarda özdenetim önemsiz ve gereksizken, üst sınıflarda özdenetim ve disiplin artar. Ancak Elias, gıda sistemi ve yemeğin hazırlık ve üretim ile dağıtımının sosyo-ekonomik boyutuna dolaylı olarak değinir. Uygarlık seviyesi ve sınıfsal konum/statü yükseldikçe pişirme teknikleri

karmaşıklılaşır, yemek yeme ve sofr a düzeni kültürel bir inc elme ve zarafet ile belirlenir (Mennell, 1989). Ferdinand Braudel (2017/1979) ise, uzun süreli tarihsel, ekonomik ve coğrafi süreçleri (*la longue durée*), gündelik yaşam, maddi kültür ve toplumsal yapıları ilişkilendirirken, sınıf, yemek, pişirme ve yeme edimine de değ inir. Braudel e göre, toplumsal yapılar ekonomi, coğrafya, iklim ve ürünle ilişkili olarak uzun tarihsel süreçlerde ortaya çıkar ve yerleşir. Böylece sınıfın biyolojik ve sosyolojik davranışları, yemek hazırlama, üretim ve dağıtımını gündelik hayatın ritmini oluşturur.

Bronislaw Malinowski (1922, 1948) ve Audrey Richards (2003) gibi işlevselci antropologlara göre, yemek ve yeme edimi sadece fizyolojik bir alan değ il, toplumsal düşünce ve duyguların oluşması, toplumsal düzen, iş bölümü ve hiyerarşi, toplumsal cinsiyet rolleri, ritüeller, sembol ve simgeler, sistemin korunması ve sürdürülmesi için kültürel normların üretildiğ i ve sürdürüldüğ ü bir toplumsallaşma alanıdır. Besin ve yemek üretimi, hazırlanması, pişirilmesi ve sunumu biyolojik yaşam döngüsü için temeldir; ancak yemeğ in sembolizmi, gruplar ve kişiler arası sosyo-psikolojik ilişkiler, diğ er dünya düşüncesi ve inancı, sosyal dayanışmadaki yeri açısından önemlidir (Mennell, Murcott ve van Otterloo, 1992, s.7). Bir baş ka ifadeyle, yemek toplumsal düzenin, normların ve otoritenin nesiller arasında aktarımını sağ larken, toplumsal ve kültürel anlamları, kimlikleri ve aidiyeti de pekiştirir.

Yapısalcı yaklaşım ise, gıda/besini bir dil (*language*) olarak tanımlar ve bunu insanın bir seç imi olarak okur (*read*) (Beardsworth ve Keil, 1997, s.61-62; Symons, 1994). Lévi-Strauss (1966b, 1970)'a göre, gıda, besin ya da yemek, evrensel kültürel yapıların sembolik düzeni ve kültürel gramerinin bileş enleridir ve böylece bir dil olarak yemek, evrensel bir metin oluşturur. Lévi-Strauss, mitler, akrabalık sistemleri ve yemek pişirme tekniklerini kültürel olguların doğ a-kültür karşıtlığına dayalı ikili karşıtlıklar (*binary oppositions*) üzerinden düzenlendiğ ini savunur. Özellikle, mutfak üçgeni (*culinary triangle*) ile yemek ve yemek yapma sürecindeki doğ al ve kültürel dönüşümleri 'ç iğ ' (*raw*), piş miş ' (*cooked*) ve 'çürümüş/fermente (*rotten*) kavramlarıyla açıklar (Lévi-Strauss, 1966a). Yemek pişirme teknikleri maddi koşullarla birlikte sembolik sistemlerdir ve farklı kültürel anlamları, toplumsal hiyerarş iyi ve toplumsal cinsiyet rollerini ve kimlikleri anlatır. Örneğ in pişirme tekniklerinden kızartma halk mutfağ ına; haşlama ve fırınlama ise üst sınıflara ve törenlere-ritüellere özgüdür (Goody, 1982, s.30-45).

1980 lerden itibaren gıda, besin, yemek ve yeme-içmeye yönelik işlevselci ve yapısalcı bakış ın yerini kültürel vurgunun belirginleş tiğ i tüketim, tüketimcilik, hobi ve boş zaman çalışmaları alır. Yapısalcıların, beğ eni ve tat/lezzetin (*taste*)

kültürel olarak inşa edildiği ve şekillendirildiği, aynı anda kontrolün ve iktidarın gerçekleştirildiği kabulü de, bu tarihten sonraki çalışmalarda yaygınlaşır.

2.2. Ev İçi Yemek Emeği ve Toplumsal Yeniden Üretim

Güncel yemek sosyolojisinde, gıda, yemek, beslenme, bireysel tercihlerin ya da kültürel sembollerin toplamı olarak değil, üretimden tüketime uzanan toplumsal ilişkiler bütününe gündelik hayattaki yoğunlaşma noktalarından biri olarak ele alınır. Gıda, yemek ve yeme-içme biçimleri, emek, sınıf, toplumsal cinsiyet, etnisite, sağlık, tarım-gıda sistemleri ve tüketim örüntüleri arasındaki bağlantılar üzerinden yeniden düşünülmektedir (Carolan, 2016/2012; Murcott ve Niva, 2026). Bu çalışmada yemek, yemeğin kültürel anlamlarını reddetmeden, anlamların üretildiği maddi koşulları ve eşitsiz iktidar ilişkilerini görünür kılan eleştirel bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Dolayısıyla çözümlemenin merkezine yalnızca “insanların ne yediği” değil, üretimin kim tarafından gerçekleştirildiği, hazırlama, pişirme ve temizleme emeğinin kime yüklendiği, kimin zamanının harcandığı ve hangi malzemelere kimlerin erişebildiği soruları da yanıtlanmaktadır. Ayrıca, Antakya mutfağının özgünlüğünde hangi lezzetin kabul edilebilir olduğu, toplumsal ve sınıfsal bağlama yerleştirilmektedir.

Evde pişen yemek, Marksist kuramın emeğin toplumsal yeniden üretimi bağlamında bir tabağın masaya getirilmesinden çok daha geniş bir emek sürecinin ürünü olarak ele alınmaktadır. Evde yemek emeği, öğünün tasarlanması, ev halkının tercihlerinin hatırlanması, bütçenin gözetilmesi, malzemenin seçilmesi ve satın alınması, hazırlanması, pişirilmesi, servis edilmesi, artan yemeğin saklanması ve temizliğin yapılmasını kapsamaktadır. Çoğu görünmez faaliyet (*foodwork*) olarak kavramsallaştırılan fiziksel, bilişsel ve duygulanımsal bir emek örgütlenmesi kapsamında değerlendirilmektedir (DeVault, 1991; Fielding-Singh ve Oleschuk, 2023). Bu emeğin, aileyi besleme ve bakım verme ideallerinin kadınlıkla özdeşleştirilmesi nedeniyle toplumsal cinsiyetli bir karakter taşıdığı belirtilir. Yine, evde pişmiş yemeğin kadına yüklenen ahlaki değerlerle “iyi kadın”, “iyi anne” ve “iyi aile”yle eşleştirildiği yemek emeğinin gerektirdiği zamanın, planlamanın ve maddi kaynakların ve yönetimin görünmezliği vurgulanmaktadır (Cairns ve Johnston, 2015; Koç, 2026).

Araştırmanın kuramsal izleğini kuran bu yaklaşım aracılığıyla Antakya mutfağının yalnızca bir tarifler toplamı olarak değil, toplumsal yeniden üretimin altyapılarından biri olarak değerlendirilmesi mümkündür. Emek-gücünün gündelik yeniden üretimi, kuşakların beslenmesi, bakım ilişkilerinin sürdürülmesi, misafir ağırlama yükümlülüklerinin yerine getirilmesi ve toplumsal törenlerin sürekliliği yemek emeği aracılığıyla sağlanır. Ancak bu emeğe atfedilen toplumsal değer ile emeğin ev içinde kim tarafından üstlenildiği

arasında simetrik bir ilişki bulunmadığı gözlenmiştir. Böylece yöresel yemeğin zenginliği, onu mümkün kılan zamanın, becerinin ve dolayısıyla çoğu kez kadın emeğinin toplumsal maliyetinden bağımsız biçimde değerlendirilemez. Ayrıca, aşağıda görüleceği gibi toplumsal cinsiyet rollerinin ve örüntülerinin de yeniden üretiminin pekiştirildiği bir alan olduğu eklenmelidir.

2.3. Öğün, Sınır ve Etno-Dinsel Aidiyet

Mary Douglas (1972, 2005/1966)'a göre, bir kültürel sistem olarak besin, gıda, yemek ve yeme edimi, toplumsal hiyerarşi, benimseme ve dışlama, sınırlar ve sınırları geçme ve etkileşim gibi sosyal ilişki kalıplarını oluşturur. Ana yemek, kahvaltı, atıştırmalık ya da tatlı gibi yemekler arasındaki farklar, toplumsal roller, zaman ve mekanla ilişkilendirilir. Douglas, toplumsal olay ve olgulara göre yemek ve öğünü, Roland Barthes a (1972/1957, 1996) atıfla, bir kod ve toplumsal bir gramer olarak değerlendirir (Douglas, 1972, s.61-62): Sofranın oturma düzeni ve hareket sınırlılığına; sıcak-soğuk, acı-tatlı, katı-sıvı gibi zıtlıklara; tahıl, sebze ve hayvansal gıda gibi farklı besinleri bir araya getirmesine ve bileşimlerine göre öğünlerin niteliği farklılaşır ve sembolik anlam ve önemlerinin bir hiyerarşisi vardır. Bu hiyerarşi, öğün ve içeceğin kim için hazırlandığına ve sunulduğuna göre değişir. İçecekler daha çok yabancılar, tanıdıklar, hizmetçiler ve aile için, öğünler ise, aile, yakın arkadaş ve onur konukları için hazırlanır ve hiyerarşinin en tepesinde aile için olan yılbaşı ve doğum günü gibi kutlama öğünleri yer alır (Douglas, 1972, s.65-66). Bunun yanı sıra, "kirli" ve "yasak" olan ile "temiz" ve "yenilebilir" olanı belirleyen biyolojik nedenler değil, toplumun kültürel ve ahlaki kategorilerdir (2005). Kısacası, yemek toplumsal bir dil olarak, kiminle, nerede, ne zaman, hangi düzende ve nasıl yenildiği ile toplumsal sınırları kurup korurken, biz-onlar, temiz-kirli, özel-genel karşıtlıkları ile kurulur; zamansız bir öğün, yasak besini yemek ya da sofrada uygunsuz hareket toplumsal-kültürel düzene ve hiyerarşiye tehdittir. Kısaca Douglas'ın öğünü bir sosyal kod olarak okuyan yaklaşımında, neyin yenilebilir olduğu kadar kiminle, ne zaman ve hangi düzen içinde yenildiği de çözümlemenin bir parçasıdır.

Fischler (1988), yemek ile kimlik arasındaki bağı, yeme pratikleri aracılığıyla bedensel ve sembolik kimliğin kurulması üzerinden tartışır. Fischler'e göre, yemeğimiz kimliğimizin merkezindedir ve diğerleriyle ilişkilerimiz belirli bir hiyerarşi ve organizasyonla gerçekleşir. Ichijo ve Ranta (2016) kültürel kimliğin ötesinde, yemek dolayısıyla gündelik yaşam içinde aşağıdan yukarıya ulusal kimliğin inşası ile yemek endüstrisini; yukarıdan aşağıya ise, ulus devlet ve milliyetçiliği küresel kapitalizmle ilişkilendirir.

Bu çalışmada odaklanılan toplumsal ve kültürel bellek taşıyıcısı olarak Antakya yemekleri hem toplumsal gruplar hem de toplumsal sınıflar için

hatırlamanın ve unutmanın dolayısıyla belleğin önemli bir bileşeni olarak araçsallaştırılmıştır. “Bir dizi girift fizyolojik, psikolojik, ekolojik, ekonomik, siyasi, toplumsal ve kültürel süreçlerin kesiştiği bir noktada yer alan” (Beardsworth ve Keil, 2011, s.21) gıda/besin, yemek ve yeme eylemi, Antakya yemekleri dolayısıyla farklı kuramsal yaklaşımlar tümleştirilerek (*unified*) (Beardsworth ve Keil, 2011, s.23) incelenmiştir. Antakya yemekleri konulu bu çalışmada, gıda/besin ve yemek yemenin toplumsal, sınıfsal ve kültürel temellerini anlamak ve açıklamak amaçlanmaktadır. Bunu yaparken, Douglas’ın (1972) tanımladığı anlamda evde aile, yakın arkadaş ve onur konukları için hazırlanan *öğün* üzerinden, toplumsal sınıflar ve sosyo-kültürel bellek aktarımına odaklanılmıştır.

Bu çalışmada kullanılan yaklaşım aracılığıyla, Antakya’nın etno-dinsel çoğulluğu içinde aynı ya da benzer malzemelerin ortak olmasına rağmen yemek adlarının, pişirme tekniklerinin, bayram ve adak bağlamlarının, yasakların ve paylaşım biçimlerinin nasıl farklı toplumsal sınırlar ürettiği açıklanabilmektedir. Etno-dinsel kimlik burada değişmez özlerden çok, gündelik pratiklerde çizilen, geçilen ve yeniden müzakere edilen sınırlar olarak ele alınmaktadır.

2.4. Sınıf, Habitus, *Omnivour* ve Lezzetin Maddi Koşulları

1980 lere doğru, toplumsal sınıflar ve katmanlara özgü zevk ve beğeni örüntüleri genelde sosyolojinin, özelde ise gıda ve yemek sosyolojisinin araştırma alanına girmiştir. Böylece, hem yapısal hem de kültürel unsurları birleştiren kimin, neyi, nasıl, nerede ve kiminle yediği” soruları öne çıkar. Bu bağlamda zevk/beğeni sosyolojisi alanının dönüm noktası, Pierre Bourdieu’nun (1984) *Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi* kitabıdır. Bourdieu, farklı toplumsal sınıf ve katmanların beğenileriyle (yaşam tarzı, giyim, okul, okuma, yeme-içme alışkanlıkları, boş zaman uğraşları, sanat ve müzik tercihleri, vb.) ilgili hem kuramsal hem de ampirik katkı sağlamıştır. Beğeni, habitus, sermayeler ve bileşimleri çözümlemesinde, lezzetin toplumsal sınıftan bağımsız bir kişisel tercih olmadığını gösterir. Özellikle mekanlar ve pratiklerle ilgili bütünleşik bir tercih dizisini dile getiren can verici ve birleştirici köken” olarak tanımladığı *habitus* (Bourdieu, 1992, s.52-65) ve sosyal, ekonomik, kültürel ve sembolik sermayelerin biçimleri ve bileşimleri arasında beğenilerin şekillenmesinde ve devamında ayrı bir yeri olduğunu belirttiği kültürel sermaye kavramlaştırması (Bourdieu, 1986) önemlidir. Çünkü sınıfsal katmanların sosyal, ekonomik ve sembolik sermaye bileşimleri aynı olsa bile, bireylerin içine doğduğu sınıfsal habitusun içselleştirilen kültürel sermayesi (*embedded cultural capital*), zevk ve beğeni üzerine etkisini yaşam boyu gösterir.

Bourdieu ile aynı yıllarda, yeme içme alışkanlıklarıyla ilgili biyolojik göndermeleri de içeren kavramlaştırmaları, sosyo-kültürel çalışmalar da kullanır. Claude Fischler (1988)'in, biyoloji kökenli omnivour kavramı, insanın otonomi, özgürlük ve uyum sağlayabilmesine gönderme yapar. Omnivour paradoks ve bunun sonucu omnivour un anksiyetesi kavramlarını kullanarak, insanın beğeni ve beslenmesindeki hepçil yönelimi vurgular. Ayrıca, insanın sadece protein, yağ ve karbonhidratlarla değil, semboller, mitler ve fantazilerle beslendiğini ekler (Fischler, 1980, s.937).

Goody (1982) ise, mutfak farklılaşmasını, üretim, dağıtım, hiyerarşi ve tarihsel maddi koşullarla ilişkilendirir. Yemeğin sembolik anlamı ile toplumsal sınıfların kaynaklara erişimini aynı analitik düzlemde ele alır. Burada sınıf, sadece ucuz ya da pahalı, kaliteli ya da kalitesiz malzeme karşıtlığıyla ölçülen ekonomik indirgemeci bir kategori ya da değişken değildir. Zaman esnekliği, mutfak ekipmanı, nitelikli malzemeyi tanıma ve bulma kapasitesi, üretici, tedarikçi ve akrabalık ağlarına erişim, belirli tekniklerin öğrenilmesine ayrılabilen süre, dışarıdan emek satın alınabilmesi ve doğru lezzet üzerine kültürel güven de sınıfsal kaynaklar kapsamındadır. Gündelik gıda pratiklerini sosyoekonomik dezavantajla birlikte ele alan çalışma-pratik yaklaşımları da kaynakların, rutinlerin ve normların birlikte işlediğini vurgular (Fele, 2026; Halkier ve Holm, 2021; Holm ve Gronow, 2019/1997; Gronow, 2023).

Bu çerçevede, Antakya mutfağı ve lezzetleri yalnızca tarifi doğru uygulanması olarak tanımlanmamaktadır. Belirli bir nar ekşisine, zeytinyağına, salçaya, zahtere ya da baharata ulaşılabilmesi, bunların kalitesinin ayırt edilebilmesi, üreticinin, doğru satıcının ve tedarikçinin bilinmesi ve erişilebilir olması kültürel ve ekonomik sermayenin bileşimleriyle ilişkilendirilmektedir. Ayrıca emek yoğun hazırlık için zaman ayrılabilmesi ya da dışarıdan emeğin ve sermaye yoğun ekipmanların satın alınabilmesi, sermayeler bileşimleriyle birlikte ele alınmaktadır. Böylece lezzetin kendisi, sınıfsal olarak farklılaşan olanakların bedensel ve duyuşsal bir çıktısı olarak kavramsallaştırılmaktadır.

2.5. Toplumsal Cinsiyet, Mutfak Mekânı ve İktidar

Mutfak, ister kadının tahakküm altında bulunduğu kapalı bir alan, ister kendiliğinden güçlendiği romantik bir yaratıcılık alanı olarak ele alınsın, toplumsal cinsiyet rollerini ve iktidar örüntülerinin mekansallığının indirgemeci bir okunmasını işaret eder. Ev içinde toplumsal cinsiyetin kuruluşu cinsiyet ve başarı (West ve Zimmerman, 1987) ile ilişkilendirilir. Bununla birlikte, ev hem yuva hem de konut olarak toplumsal cinsiyet rolleri ve örüntüleri, aile yapısından ve ilişkilerinin gerçekleştiği ve yeniden oluşturulduğu (Bolak, 1997; Blunt, 2005; Chapman, 2003) mekânsal süreçlerle ilişkilendirilir. Meah (2014), domestik yemek mekânlarında

iktidarın dağınık, ilişkisel ve bağlama göre değişen niteliğine dikkat çeker. Türkiye de erkeklerin ev içi emek ve yemek yapmayla ilişkisini inceleyen Eslen-Ziya, Okman Fişek ve Bolak Boratav (2021) ise, eşitlikçi söylemler ile yerleşik erkeklik normlarının aynı hanede yan yana var olabildiğini gösterir. Bu nedenle zaman zaman “özel” bir yemeğin kim tarafından pişirildiği kadar, gündelik öğün sorumluluğunu kimin taşıdığı da önemlidir. Özellikle alışveriş listesinin kimin zihinde tutulduğu, bütçeyi kimin ayarladığı, servisi kimin yaptığı ve son temizliğin kime bırakıldığı mutfaktaki toplumsal cinsiyetçi rollerin dağılımını ve iktidar örüntülerini gösterir. İktidar yalnızca açık karar verme anlarında karar verme gücünün kullanılmasıyla değil, görevin doğal biçimde kime ait sayıldığı ve yüklendiğini belirleyen gündelik kabuller içinde de işler.

2.6. Lezzet, Duyular ve Toplumsal Bellek

Yemek belleği sadece tarif bilgisinden oluşmaz. Koku, kıvam, sıcaklık, malzemenin dokusu, sofranın ritmi ve belirli bir yemeğin kimlerle yenildiğine ilişkin bedensel hatırlamalar, kolektif belleğin gündelik taşıyıcılarıdır. Halbwachs (1992/1941)’a göre toplumsal ve bireysel belleğin oluşması ve korunması için hatırlama, varlığı, canlı ve kesintisiz iletişimle mümkün olmalıdır. İletişim kesildiği ya da durduğunda yaşanan gerçekliğin değişmesi ya da yok olması da unutmadır. Toplumsal bir olgu olarak bireysel bellek ile bir sosyal grubun etnik, dinsel, dilsel, kültürel ve siyasal varlığı ve sürekliliğinin temellerinden olan kolektif bellek, farklıdır. Bireysel bellek, bireyin farklı grup belleklerine katılımıyla gerçekleşen çok katmanlı bir birikimdir. Kolektif bellek ise üyeler arasında paylaşılan bilgidir. Yeme-içme ve tat-lezzet alışkanlıklarının oluşması ve sürekliliği için hatırlama ve unutmaya biçimleri önemli birer etkidir. Yemekle ilgili toplumsal ve kültürel belleğin aktarımına yemeğin tarifi kadar kokusu, dokusu, tadı, görünümü de dahil olur. Halbwachs, hatırlama açısından somut gerçeklik ile ilişkilendirdiği kolektif belleği, toplumsal çerçeveler içinde kurulan bir süreç olarak kavramsallaştırır. Bu yüzden çocukluktan hatırlanan tatlar ve özlenen yemekler bireysel nostaljiye indirgenemez (Halbwachs, 1992/1941). Assmann a (2001/1997) göre, kavramlar ve deneyimler arasındaki etkileşim ya da karşılıklı ilişkileri anlatan toplumsal bellek hatırlama figürleri” (*Erinnerungsfiguren*) ile daha geniş bir anlama kazanır. Hatırlama figürleri, bir topluluğun geçmişi anlamlandırmak için kullandığı ve paylaştığı sembol, imge, ritüel, anlatı ve tekrarlayan motiflerdir. Toplumsal belleğin sürekliliğini, zamana ve mekana bağlılık, gruba bağlılık ve tarihin yeniden kurulması sağlar. Connerton (1999/1992) ise her başlangıcın bir anımsama ögesi barındırdığını belirtir. Farklı etno-dinsel grupların bir arada yaşadığı bölgelerde ve yerelliklerde yeme-içme kültürü, sosyokültürel sınırları ve esneklikleri ile yenilebilirliğin aktarımını anlamak

ve açıklamak için önemlidir. Yenilebilir gıda ve besinlerin öğrenilmesi, içine doğulan toplumda kendiliğinden gerçekleşir. Yahudilerin *koşer*, Hristiyanların *yasak* ve Müslümanların *helal* yiyecek ve içecekleri öğrenmesi, nesiller ve sosyal gruplar arasında sosyo-kültürel aktarım ve paylaşım örnekleridir (Goody, 1982; Standage, 2009; Şahin, 2010; Zubaida, 2014; Tapper ve Zubaida, 2000).

Duyusal etnografi yaklaşımında da bilginin yalnızca sözel anlatılardan değil, görme, koklama, tatma, dokunma ve bedensel katılım yoluyla üretildiği vurgulanır (Pink, 2015). Bu nedenle çalışmada Antakya mutfağı aynı zamanda kuşaklar arası tarif aktarımı, bilgi, duygu ve aidiyet aktarımının ve paylaşımının birlikte gerçekleştirildiği bir süreç olarak ele alınmaktadır.

Diğer yandan yerel, yöresel, bölgesel ya da ülke mutfağının restoran, turizm, çevrim içi satış ve gastronomi söylemleri içinde dolaşıma sokulmasıyla, evlerdeki çoğul pratikler belirli tanımlanabilir-tanımlanabilir yemekler ve tat profilleri etrafında standartlaştırılır ve piyasalaştırılır. Appadurai nin (1988) ulusal mutfakların seçme, sınıflandırma ve standartlaştırma yoluyla kurulmasına ilişkin yaklaşımı, ölçek küçültülerek yöresel mutfaklara da uygulanmıştır. Gastronomik değer ile gündelik ev mutfağı arasındaki geçişte, bir yandan kadınların ev eksenli bilgisi ekonomik değere dönüştürülürken, diğer yandan aynı emek geleneksel kadınlık beklentileri içinde yeniden kurulabilir (Nizam Bilgiç, 2020). Ayrıca, özellikle hangi yemeğin bir bölge ya da ülkeyi temsil edeceği, hangi tarifi asıl ya da gerçek sayılacağı ve hangi malzemelerin yerel, yöresel, bölgesel ya da ülkesel göstergeye dönüştürüleceği toplumsal mücadele konuları olarak tanımlanır. Ichijo ve Ranta (2016) ise, yemek endüstrisi ve küresel kapitalizmin pazar ürünü olarak yemeğin ulus devletlerin milli kimliğinin kuruluşu ve yeniden üretiminde yer aldığını belirtirler.

Bu kuramsal çerçeveye dayanarak, Antakya yemeği dört eşzamanlı düzlemde okunmaktadır: bir emek ve bakım organizasyonu, sınıfsal kaynaklar ve beğeni rejimi, ev içi ve topluluk içi iktidar ilişkilerinin sahnesi, etno-dinsel ve duyusal belleğin taşıyıcısı. Bu düzlemler birbirine alternatif olarak değerlendirilmemektedir. Tersine, eleştirel yemek sosyolojisinin analitik gücü, aynı tabakta maddi kaynaklar ile sembolik anlamların, sevgi ile yükümlülüğün, aidiyet ile ayrımın, paylaşım ile hiyerarşinin birlikte bulunabildiğini gösterilebilmesinden kaynaklanır.

3. Türkiye de Yemek Sosyolojisi ve Güncel Çalışmalar

Gıda ve beslenme sosyolojisi, dünyada olduğu gibi (Beardsworth ve Keil, 2011; Mennell, Murcott ve van Otterloo, 1992) Türkiye de de sosyal bilimlerin yeni bir alt disiplini olarak görülmeye başlamıştır. Yöresel mutfakların ve yemeklerin bir bölgenin turizm potansiyeli açısından ele alınması ya da gıda mühendisliği ve beslenme ve diyetetik alanındaki çalışmaları dışarıda bırakılırsa, gıda/besin ve yemeğin, toplumsal, sınıfsal ve kültürel boyutları sosyoloji,

antropoloji, ekonomi ve siyaset biliminin çalışma alanlarına son dönemlerde, özellikle 2000 lerden sonra girmeye başlamıştır. Yemek ve toplumsal örüntüleri Türkiye de toplumsal, sınıfsal ve kültürel boyutları sosyolojinin ilgi alanına Yenil'in (1996) dünyada yemek ve yemeği toplumsal, sınıfsal, kültürel bağlamda bellek, kimlik ve aidiyetle ilişkilendiren beslenme çalışmalarının tarihini ve sosyolojisini özetlediği makalesiyle girmiştir. 2000 li yıllardan itibaren yemek, tat ve lezzetler, mutfak, yeme-içme örüntüleri ve dışarıda yemek, Türkiye de toplumsal, sınıfsal ve kültürel boyutlarıyla sosyoloji, antropoloji, ekonomi ve siyaset bilimi alanlarında çalışılmaya başlanmıştır. Yine aynı tarihlerde, yemek ve beslenme sosyolojisi alanındaki kitaplar çevrilmeye başlanmıştır (i.e. Beardsworth ve Keil, 2011; Boudan, 2006; Brillat-Savarin, 1825/1825; Civitello, 2019; Faroqi ve Neumann, 2006; Freedman, 2008; Montanari, 1993/1993). Çeviriler yanında, mutfak, yemek, damak tadı ve lezzet tarihini inceleyen özgün çalışmalar da (i.e. Baysal, 1993a, 1993b; Baysal, Merdol, Saçır, Taşçı ve Başoğlu, 1996; Bozis, 2000; Gürsoy, 2013a, 2013b, 2014; Samancı ve Croxford, 2006; Ünsal, 2011; Tez, 2012; Yerasimos, 2021/2011) yayınlanmaya başlamıştır. Türk mutfak kültürüne ya da yöresel mutfaklara odaklanan çalışmalar hem yemek tariflerini hem de yemek ve gıda etrafındaki gündelik ve törensel ilişki örüntülerini incelemektedir (i.e. Beşirli, 2017; Durukan, 2013; Koz, 2008; Merdol, 1998; Nuhoglu, 2005; Saçır, 2012, 2020; Şahin, 2010; Talas, 2005). Bu çalışmalar, Türk kültüründe yemek ve mutfak kültürünün kökenleri Orta Asya dan Anadolu ya yerleşime kadar geçen süreçteki değişim ve dönüşüm ile Çin, Hint, Balkanlar ve Avrupa mutfakları gibi farklı mutfak kültürleriyle etkileşimlerini de incelemiştir. Gurme alanında yapılan çalışmalar, yöresel gıda, mutfak ile tat ve lezzetleri özellikle gastronomi ve turizm potansiyeli açısından ele alır (Kayış ve Yarmacı Güvenç, 2025; Köselerdem ve Yarmacı Güvenç, 2025). Murat Belge nin (2013/2001) *Tarih Boyunca Yemek Kültürü* kitabı ise, ortaya çıkan ürün olarak yemeğin tadına ve lezzetine odaklanan çalışmaların bir örneğidir.

Türkiye de yemek üzerine güncel sosyal bilimsel çalışmaların sosyoloji, antropoloji, halkbilim, tarih, gastronomi ve kültürel çalışmalarla kesişerek gelişmiştir. Gıda/besin, yemek kültürü ve dışarıda yemek yeme konusu farklı yönleriyle sosyolojinin ilgi alanına girmiştir. Özellikle Akarçay (2016) ve Akarçay ve Suğur (2015) un dışarıda yemek yeme alışkanlıklarına ve yönelimlere odaklanan çalışmaları, yemek sosyolojisi alanına Türkiye den özgün katkı sunmuştur. Alana akademik ilginin belirginleştiği eşiklerden biri, *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi* nin 2020 tarihli 40(1) sayısıdır. Bu sayıda yemek; sınıf, toplumsal cinsiyet, erkeklik, yerellik, modernleşme ve kültürel ayırım

bakımından sosyolojik bir araştırma nesnesi olarak ele alınmıştır. Bu literatürde sınıf ve tabakalaşma eksenini, farklı yollarla kurular. Sağır (2020), Karabük örneğinde yöresel, bölgesel ve fast-food mutfak katmanlarını nitel verilerle tartışmış ve yemek pratikleri ile toplumsal farklılaşmayı ilişkilendirmiştir. Ural (2020), Orhan Pamuk anlatılarındaki İstanbul burjuvazisinin yeme-içme sahnelerini sınıf, modernlik ve toplumsal cinsiyet üzerinden okumuştur. Çarpar (2020), et tüketimini, erkeklik kimliği ve ataerkil sembolizmle ilişkilendirmiştir. Nizam Bilgiç (2020) ise, Seferihisar da yöresel gıdaların ticarileşmesiyle kadın emeğinin kamusal alanda görünür kılındığını, ancak kırsal annelik ve yerleşik toplumsal cinsiyet rollerinin kendiliğinden ortadan kalkmadığını göstermiştir. Bu çalışmalar birlikte değerlendirilirse, yöresel yemek kategorisinin, kültürel miras kadar sınıf, emek ve iktidar sorunlarıyla da ilişkili olduğunu göstermişlerdir.

2021 sonrasında ev içi emek ve toplumsal cinsiyet hattı daha görünür hale gelmiştir. İstanbul da erkeklerin ev işi, bakım ve yemek yapmayla ilişkisini inceleyen Eslen-Ziya ve arkadaşları (2021), eşitlikçi erkeklik söylemlerinin gündelik iş bölümüyle her zaman örtüşmediğini göstermişlerdir. Kırmızıkuşak ve Aksoy (2021), geleneksel ailede yemek ile güç ilişkisini tartışmış; Uysal (2024), mutfakta ataerkil baskı ile kadınların özneleşme olanaklarının bir arada bulunabildiğini göstermiştir. Koç ve Yazıcıoğlu (2024), yemek kültüründeki toplumsal cinsiyet normlarını incelemiş; İlhan (2025) ise, Şanlıurfa da hazırlama, servis ve sofraya oturma sırasını, kadınların ikincil konumuyla birlikte ele almıştır. Koç (2026), iyi kadın iyi yemek yapar” normuna odaklanmış, yemek yapma sorumluluğunun kadın kimliğiyle ilişkilendirildiğini ve bu sorumluluğun kadına bir zihinsel yük getirdiğini belgelemiştir.

Hatay’a bakıldığında, 6 Şubat 2023 depremleri sonrasında oluşan literatür ayrıca önemlidir. İflazoğlu ve Okur (2025), Hatay dan göç etmek zorunda kalan 25 kadınla yürüttükleri nitel araştırmada, göçün yemek hazırlama, malzemeye ve ekipmana erişim, ortak mutfak pratikleri ve yemeğe yüklenen duygusal anlamlar üzerinde dönüştürücü etkiler yarattığını göstermişlerdir. Bu bulgulara göre, mutfak kültürü tariflerin korunması kadar ev, mahalle, fırın, pazar, tedarik ağı ve birlikte yeme olanakları gibi maddi ve ilişkisel altyapılara bağımlıdır.

Belirtilmelidir ki, Türkiye literatüründe bir yöresel mutfağın uzun süreli etnografiyle; ev içi yemek emeği, sınıfsal kaynaklar, toplumsal cinsiyet, etno-dinsel çoğulluk, iktidar ve belleğin kesişiminde aynı anda incelendiği çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu boşluk karşısında bu bölümün özgün katkısı, Antakya mutfağının gastronomik ürünlerin listesi ya da kimlik sembolü değil, yaklaşık on iki yıllık gündelik karşılaşmalar içinde değişen bir toplumsal ilişkiler alanı olarak çözümlenmesidir. Böylece yöresel lezzetin nasıl üretildiği kadar, bu lezzetin

ardındaki görünmeyen emek ve eşitsizlik koşulları da analizin parçası haline getirilmektedir.

Yukarıdaki özetle de görüldüğü gibi, Türkiye de yemek sosyolojisine yönelik ilgini giderek artmıştır. Gıda ve yemeğe ve yöresel mutfakla hem toplumsal hem de akademik çalışmaların artmasında dünyada ve Türkiye de mutfak şeflerinin yöresel mutfaklara ilgisi (Küçüküyman, Şen Demir ve Bulgan, 2018) ve yemek programlarının ve yarışmalarının etkisi (Aydoğdu, 2022; Banihashemi ve Hasanian, 2023; Kanık, 2016) de belirtilmelidir. Bir yandan özellikle bir hobi ve boş zaman uğraşına dönüşen mutfak, yemek ve deneysel yemekler ve lezzetleri pekiştirme kaygısı, bir taraftan da yeni farklı baharat ve tatlandırıcıların ve hatta mutfak ekipmanlarına erişilebilirlik ve farklı yemeklerde kullanılabilirliğin etkileri gözlenmiştir. Dahası, küresel kapitalizmle dünyada tekelleşen gıda firmalarının, gıda rejimleri ve politikalarının yanı sıra füzyon mutfakları ya da *slow food* gibi pratikler de (Akkoç, 2025) yemek ve toplumsal bağlamına ilgiyi arttırmıştır. Ancak, bu bağlamı incelemek ve tartışmak bu çalışmanın sınırlarını aşmaktadır.

4. Tematik Çözümleme: Antakya Mutfağında Lezzetin Toplumsal Üretimi

Antakya yemeklerinin ve lezzetlerinin tek bir tarif ve tat ile homojen bir yerel kültür olarak ele alınmasının mümkün olmadığı bu uzun süreli saha çalışmasında bizzat gözlemlenmiştir. Görüşmeler, sohbetler ve gözlemler, tekrar eden malzeme tedariki, yemek hazırlama, öğrenme ve öğretme, misafir ağırlama, ritüel, sofraservis, tüketim ve temizlik pratikleri aracılığıyla lezzetin toplumsal olarak üretildiği bir ilişkiler zincirini ortaya koymaya olanak vermiştir. Aşağıdaki temalar aracılığıyla bu ilişkiler, birbirinden kopuk kategoriler biçiminde değil; aynı gündelik pratiğin sınıf, toplumsal cinsiyet, iktidar, aidiyet ve bellek boyutlarını görünür kılan analitik temalar üzerinden ele alınmaktadır.

Ampirik çözümlemeye geçmeden önce, Antakya mutfağının, yemeklerle birlikte sıcak-soğuk ve alkollü-alkolüz içeceklerden oluştuğu belirtilmelidir. Bu çalışma, Antakya mutfağının yemekleri üzerinden yapılmıştır. Antakya mutfağının ve Hataylıların ve dışarılıkların kullandığı müşterekleri anlamak, anlatmak ve açıklamak için betimleyici bir kılavuz oluşturmak önemlidir. Antakya mutfağını, diğer yöresel mutfaklardan ayıran ve Antakya ya özgü lezzet üretimini sağlayan en önemli unsur kullanılan yerel malzemeler ve baharatlardır (Şahin, 2012). Hem görüşmelerde özellikle tekrarlanan hem de etnografik gözlemlerde dikkat çeken ve en yaygın kullanılan temel lezzet verici, tatlandırıcı ve baharatlar, zeytinyağı, nar ekşisi ve sosu, tereyağı, domates ve biber salçası ve sosu, tuzlu yoğurt (kaynatılmış ve tuzlanmış yoğurt), toz ve pul kırmızı biber,

kuru kırmızı biber ve sosu, kuru ve taze soğan, sarımsak ve marul, maydanoz, nane, fesleğen, tere gibi yeşillikler, tuz, karabiber, zahter, kimyon, susam ve siyah susam, tahin, anason, kişniş (küzbara), rezene (şumra), ceviz, antep fıstığı, badem ve çam fıstığıdır.

Ampirik çözümlemede kullanılan, görüşmelerde en çok tekrarlanan ve atıfta bulunulan, zaman zaman tarifleri de yapılan yemekler üç gruba ayrılabilir: 1) Ana yemekler; 2) Mezeler, salatalar ve turşular; 3) Tatlılar ve hamur işleri.

1) Ana Yemekler: Sebzeli veya sebzesiz olarak ızgarada, fırında ya da taş fırınlarda pişirilen çeşitli yemekler; tepsi ve kağıt kebabı gibi mangal ya da fırında pişirilen çeşitli kebaplar; et, patates, ceviz, soğan, kuyruk yağı vb. ile hazırlanan oruk (içli köfte) çeşitleri; iç pilavla doldurulmuş kuzu kaburga; biber, patlıcan, kabak, salatalık ve asma yaprağı (taze veya salamura) ile yapılan iç harcında pirinç, bulgur veya firik/olgunlaşmamış buğday bulguru kullanılan çeşitli dolmalar; tuzlu yoğurtla, küçük içli köfteler ve küçük bulgur köfteleriyle hazırlanan yemek analı-kızılı; havanda dövülen haşlanmış patates ve bulgurla yapılan patates köftesi; etli veya sebzeli tencere yemekleri; etli veya sebzeli güveç çeşitleri; yoğurt, et, nohut ve kuru kırmızı biber ile pişirilen ıspanak ve kabak boranisi; et, tavuk, kuzu veya dana eti ya da domates, bakla, mercimek, nohut gibi sebzelerle hazırlanan bulgur pilavı-aşı; firik-olgunlaşmamış buğday bulguru ile yapılan firikli pilav ya da firik aşısı; kızartılmış patlıcan, et ve pirinç ile hazırlanan maklube; yeşil kabuklu mercimek, kuru soğan, patlıcan, domates, kuru nane ve nar ekşisi ile hazırlanan mualla; arpacık soğan, et, nohut ve tuzlu yoğurtla hazırlanan kummusiye; vişne ve sosunun ıslanmış özel lavaş ekmeği/pide üzerinde sunulan köftelerle hazırlanan vişneli kebab; kıyma ile doldurulan dolmalık kabağın domates-biber karışımından oluşan sos içerisinde fırında pişirilen şıhlı mahşî.⁴

2) Mezeler, Salatalar ve Turşular: Humus, közlenmiş patlıcan, biber domates, soğan ve sarımsak ile hazırlanan abagannuş; haydari; sade ve yoğurtlu çeşitli salatalar ve karışımlar; nohut yerine kuru bakla ile yapılan humus ya da tahinli fava; zeytin salatası; zahter salatası; mevsim salataları; muhammara (cevizli biber ezmesi); musluka; tuzlu yoğurt ve kavurması; çeşitli sebze öcceleri; yöresel/yerel peynirler ve taze veya mavi küflü-küfsüz *sürk* (çeşitli baharatlarla hazırlanarak kurutulmuş çökelek) ve salatası; Antakya usulü etsiz çiğ köfte; tuzlu yoğurt; kısır/sarma içi (çiğ bulgurla hazırlanan, bol zeytinyağı, domates-biber salçası, nar ekşisi ve yeşilliklerle yapılan baharatlı ince bulgur salatası); ve son olarak biber, patlıcan, domates, kırmızı havuç ve şalgamdan yapılan çeşitli turşu ve salamuralar.

3) Tatlılar ve hamur işleri: Künefe; şerbet içinde pişirilen, ceviz ve tahin ile servis edilen Antakya usulü kabak tatlısı; ceviz, bergamot (kebbet) ve turunc reçeli; çeşitli şerbetli tatlılar, ceviz veya kaymakla doldurularak koyu şerbet içerisinde hazırlanan taş kadayıfı ya da küçük pankekler; küçük, büyük, üçgen, kare, baklava ya da havuç dilimi vb. şekillerde hazırlanan baklavalara en yaygın yapılan ve söz edilen tatlılardır. Hatay da yaygın şekilde *mamül* olarak adlandırılan tatlı ve tuzlu kurabiyeler; zeytinyağı, acı biber salçası veya sosu, sürk, ispanak, kuru soğan, susam, ceviz ve çeşitli baharatlarla hazırlanan biberli ve katıklı pideler; lahmacun; baharatlı kıymalı harçla hazırlanan, çıtır ve kat kat hamurdan yapılan genelde mahalle fırınında pişirilen kaytaş böreği; semirsek; tuzlu ve baharatlı, kat kat hamurdan yapılan külçe; baharatlı tatlı hamurdan hazırlanan, ceviz, hurma, elma, erik, incir veya Antep fıstığı gibi içlerle doldurulan kömbe ve kerebiç hem günlük yaşamın hem de törensel davetlerin ve misafir ağırlamada ikram edilen ve anlatılan hamur işleridir.

Yukarıda belirtildiği gibi, bu kategorilere dahil edilen yemeklerin Hatay yemeği olup olmadığını tartışmak bu çalışmanın amacı değildir. Örneğin, analıkızlı, muhammara, maklube, borani, haydari gibi yemek ve mezeler, Antep, Halep, Suriye, Lübnan mutfaklarında da ortak özgün tatlar olarak yaygındır. Burada Hatay mutfağının kendine özgü bir lezzet eklediğini belirtmek amacıyla listeye eklenmişlerdir.

Hatay da tüm toplumsal grupları kesen hem gündelik yaşamda hem de törensel kutlamalar için vurgulanması gereken bir yemek vardır: *Hirisi*. Bu yemek, evlerde günlük öğünler için pişirilmez. Bayram, adak ve dini günlerde ya da büyük kutlamalarda türbe ve ziyaret yerlerinde, kilise bahçesinde ya da farklı müşterek mekanlardaki pişirme yerlerinde pişirilir ve dağıtılır.

Uzun süreli etnografik yöntemle elde edilen verinin ampirik çözümlemesi sınıf, yemek emeği, toplumsal cinsiyet ve ev içi iktidar, kimlik ve aidiyet ve bellek temaları üzerinden beş alt başlık altında gerçekleştirilmiştir.

4.1. Sofranın Görünmeyen Altyapısı: Yemek Emeği ve Toplumsal Cinsiyet

Antakya mutfağında öne çıkan yemeklerin önemli bir bölümü, pişirme” anından önce başlayan uzun bir hazırlık sürecine dayanır. Malzemenin seçilmesi, ayıklanması, baharat ve sosların hazırlanması, hamur veya iç malzemenin kıvama getirilmesi gerekir. Bununla birlikte, yemeğin zamanlaması, diğer ev içi işlerle ve bakım emeği ile de uyumlandırılmalıdır. Ayrıca, yemeğin kim(ler)e, kaç kişiye, ne için pişirileceği, hane halkı ve misafir sayısına göre miktarın hesaplanması görünürlüğü düşük ancak sonucu belirleyen işlerdir. Saha araştırmasında yemeğin kimlerle birlikte yapıldığı”, kimden öğrenildiği”, kime öğretildiği”

ve kimler için hazırlandığı” yemek emeği etrafında dönen ilişki ve örüntülerin anlaşılmasında tekrar tekrar öne çıkmasa da, yemek bilgisinin aynı zamanda bir emek ve sorumluluk dağılımı olduğu tespit edilmiştir. Yemek emeğinin, ev içi ve bakım emeğiyle birlikte, geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri ve örüntülerince belirlendiği gözlenmiştir.

Yemek sosyolojisinde eleştirel yaklaşım, yemeğin sevgi, bakım ve misafirperverlik diliyle anlamlandırıldığında, yemek emeğini ortadan kalkmadığı ancak gizlendiği ve görünmez kılındığını göstermiştir. DeVault (1991) aileyi besleme”yi örgütlenmiş toplumsal cinsiyetli iş olarak kavramsallaştırmasıyla ve Fielding-Singh ve Oleschuk (2023) da foodwork yaklaşımıyla, hazırlık ve temizlik gibi görünmeyen işleri analizin merkezine taşımışlardır. Türkiye de ise Koç (2026), yemek yapmanın kadın kimliğiyle özdeşleştirilmesi sonucunda fiziksel iş kadar zihinsel bir yükün de üretildiğini göstermiştir.

Bu çalışmanın hem 2015 teki bulguları hem de sonraki uzun etnografik gözlem ve görüşmeler, mutfak ve yemek işinin, hatta ev halkının ya da misafirlerin damak tadına uygun lezzetli ve eksiksiz sofranın kurulmasının genelde hem kadınlar hem de erkekler tarafından kadın işi olarak tanımlandığını göstermiştir. Yemek ve mutfak emeği ancak erkek uğraşmaktan zevk keyif alıyorsa ya da dışarıda yemek sektöründe çalışıyorsa erkeklerin emek ve zaman harcadığı ya da ayırdığı bir iş olabilir. En iyi zahterin dağlardan toplanan zahter olduğu, zeytinyağının damağa vuran tadı ve rengi, nar ekşisinin koyu kıvamı ve ekşiliği, sarma içi, köftelik ya da yemeklik bulgurun ayrı olduğu herkesçe belirtilmesine rağmen, kimlerden, nereden ve ne zaman tedarik edileceğini daha çok anne, kız kardeş ya da evin kadınları bilir.

Antakya sofrasının zenginliği, yalnızca yemek çeşitliliğinin değil, bu çeşitliliği sürdüren gündelik koordinasyon ve bakım emeğinin de ürünüdür. Yemek emeğine ilişkin ev içi ya da dışı iktidar her zaman açık baskı biçiminde ortaya çıkmaz. Bir kişinin daha iyi yaptığı”, annenin elinin daha lezzetli olduğu” ya da bu yemeğin inceliğini kadınların bildiği” yönündeki kültürel kabuller aracılığıyla, beceri takdir edilirken görevin belirli kişilere ait olduğu varsayımı da doğallaştırılır. Mutfak böylece hem ustalığın ve özsaygının üretildiği hem de sorumluluğun toplumsal cinsiyete göre rutinleştirildiği çelişkili bir alan olarak ortaya çıkar (Meah, 2014; Uysal, 2024). Bu nedenle analitik düzeyde, kadınların mutfakta güçlenip güçlenmediğine ilişkin tek bir sonuca varılamaz. Zira beceri, otorite, yükümlülük paylaşımı ve dağılımı, geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri ve örüntüleri, kadın üzerinde yoğunlaşan yemek emeği ve pratikleriyle birleşerek pekiştirilir.

4.2. Lezzetin Sınıfsal Özellikleri: Malzeme, Zaman, Beceri ve Özgünlük

Antakya yemeklerinde lezzetin toplumsal üretimine, kullanılan malzemelerin niteliği ve bunlara erişim biçimleri üzerinden sınıfsal bir boyut kazandırıldığı gözlenmiştir. Zeytinyağı, salça, nar ekşisi, tahin, zahter, baharatlar ve diğer lezzetlendiriciler yalnızca tarifin bileşenleri olarak değerlendirilmez. Bu malzemelerin üreticisinin tanınması, iyi” ürünün ayırt edilmesi, Hatay dan mevsiminde temin edilerek stok yapılması, ekonomik ve toplumsal kaynakların varlığını da gerektirir. Dolayısıyla aynı adı taşıyan bir yemeğin farklı hanelerde farklı tatlara sahip olması, yalnızca aile geleneğiyle değil, kaynaklara erişim ve tüketim ağlarıyla da ilişkilendirilmiştir.

Lezzetin sınıfsal nitelik kazanma biçimlerinin açıklanması için, Bourdieu nun (1984/1979) habitus ve sermaye yaklaşımından yararlanılmıştır. Hangi nar ekşisinin gerçek olduğunun bilinmesi, salçanın kıvamının göz kararıyla tutturulması, belirli bir baharatın kokusundan tanınabilmesi veya hangi ustadan malzeme alınacağını bilinmesi, kültürel sermayenin bedenselleşmiş ya da içselleştirilmiş biçimleridir. Ekonomik sermaye ise sadece daha pahalı ürünü satın alabilmekle değil, emek yoğun yemeğe zaman ayırabilmek, büyük misafir sofraları kurabilmek, mutfak ekipmanları edinebilmek ya da bazı işleri dışarıdan satın alabilmek üzerinden görünür hale gelir. Özellikle emek yoğun ve zaman alan ana yemeklerin hem kullanılan malzemelerinin tedarik edilmesinde hem de kolektif bir eylem olarak hazırlanmasında sosyal ve ekonomik sermaye bileşimlerinin belirleyici olduğu gözlenmiştir. Antakya mutfağının en önemli malzemesi olan salça ve sosları yapma, patlıcan, kabak ve biber kurutma, zeytin ve turşu kurma, çeşitli meyve reçelleri yapma, hatta abagannuş için patlıcan, domates, biber közleme ve derin donduruculara kaldırma kolektif emekle gerçekleştirilir. Bunların kolektif emekle yapılabilmesi, zaman zaman erkeklerin de katıldığı yemek emeğinin, akraba, komşu, arkadaş ve dostlardan oluşan bir sosyal sermaye alanı olduğunu gösterir. Sosyal sermayenin yeterli olmadığı ya da kolektif hazırlamanın yapılamadığı yerde tüm bu hazırlıkların, ya ev içi emekle ya da ekonomik sermayeye sahip olanlarca dışarıdan emek satın alarak yapıldığı gözlenmiştir. Ayrıca, Antakya mutfağının önemli bir sembolik sermaye alanı olduğu da tespit edilmiştir. Zahterin Altınözü’nün dağlarından toplanmış olması, peynirin, sürk için çökeleğin ve stoklanan tuzlu yoğurdun marketten değil Yayladağı-Şenköy deki bilinen çiftliklerden sadece tanıdıklara temin edilmesi hem bedenleşmiş kültürel sermayenin hem de sembolik sermaye sahipliğinin göstergeleridir. Bir dost sohbetinde geçen Acıttık! diye babaannemin eteğine sarıldığımızda, zeytinyağına yeşil sarımsak doğradı. Ekmeği bandırıp bandırıp doyururduk karnımızı! Fakirlik işte!”, “Öcce tavası bile yok!” ve

Muhammaraya ekmek içi koyulur mu hiç! Fakirlermiş!” gibi anlatılar, mutfağın sınıfsal farklılıklarla bedenleşmiş görünümleridir.

Bu nedenle sınıfın, tabağın içeriğinde ne olduğu kadar, tabağı mümkün kılan zaman ve sosyal, kültürel ve ekonomik altyapıda da yer aldığı kabul edilir (Goody, 1982; Halkier ve Holm, 2021). Bu yaklaşım kapsamında, yöresel yemeğin piyasadan satın alınması ile evde yapılması arasındaki hiyerarşi de sorgulanmaktadır. Evde uzun süren emekle hazırlanmış yemek çoğu kez daha gerçek, daha özenli ve daha aileye ait sayılır. Ancak evde üretim için gerekli zaman, mekân, ekipman ve beceri eşit biçimde dağılmadığından, hakiki ev yemeği ideali aracılığıyla sınıfsal imkân farklılıkları ahlaki tercihler gibi de sunulabilir. Eleştirel analizde lezzet yargısı toplumsal koşullarından ayrılmaz.

Uzun süren etnografik saha çalışmasında, aynı zamanda sınıfın tabağının Antakya ya özgü lezzetini değiştirmeden bütçeye uygun erişilebilir malzemelerle hazırlandığı gözlemlenmiştir. Bu en fazla, hane halkı ve yakın akrabalar için pişirilen ana yemeklerde kırmızı et yerine tavuk etinin kullanılması şeklinde gözlenmiştir. Böylece sınıfsal durum, yemeği ve lezzeti üretebilecek ya da pişirebilecek kaynaklara kimlerin sahip olduğuyla belirginleşmektedir.

4.3. Mutfakta İktidar: Kim Pişirir, Kim İçin Pişirilir, Kim Servis Eder, Kim Temizler?

Yemek aracılığıyla yalnızca mutfakta değil, sofrada da hiyerarşinin yeniden üretildiği gözlenir. Hangi yemeğin günlük, hangisinin misafirlik ya da bayram yemeği olarak tanımlandığı, kime hangi tabağın ayrıldığı, misafire ne kadar çeşit sunulmasının beklendiği ve yemeğin ne zaman servis edildiği mutfakta ve sofradaki hiyerarşi ve iktidar örüntüleri ile ilişkilidir. Bununla birlikte, sofranın kimler için genişletildiği, toplumsal yakınlık ve statünün göstergeleridir. Douglas’ın (1972) öğünü toplumsal ilişkileri kodlayan bir sistem olarak ele alan yaklaşımından hareketle, Antakya daki misafirlik ve ritüel sofraları birlikte yeme ve sosyalleşme anları olduğu kadar, yakınlığın, saygının, yükümlülüğün ve sınırın düzenlendiği toplumsal mekânlar olarak değerlendirilmiştir.

Ev içi iktidar, yemek zincirinin hangi aşamalarının prestijli, hangilerinin sıradan kabul edildiği üzerinden de görünür hale getirilir. Pişirmenin belirli anları görünür ustalıkla ilişkilendirilebilirken, bulaşık, sofraya toplama, ertesi güne kalan yemeğin düzenlenmesi ya da mutfağın eski haline getirilmesi çoğu kez görünmezleştirilir. Türkiye’de geleneksel aile ve sofraya düzenine odaklanan çalışmalar, hazırlama ve servis sorumluluğu ile yeme sırası ve oturma düzeninin toplumsal cinsiyet hiyerarşileriyle bağlantılı olduğunu gösterir (Kırmızıkuşak ve Aksoy, 2021; İlhan, 2025). Bu nedenle iktidar, yalnızca kararı kimin verdiği”

üzerinden değil, işin tamamlanması için kimin sürekli hazır bulunmasının beklendiği üzerinden de tanımlanır. Antakya mutfağının da evdeki görümleri, hem toplumsal cinsiyet rolleri ve örüntüleri ile gerçekleşir hem de kadının emeği üzerinden kurulan iktidar ilişkileri ve örüntülerini yeniden üretir. Çoğu kadın, uzun zaman ve emek isteyen yemekleri hazırlarken, mutfağı tıpkı babaannesinin ve annesinin yaptığı gibi kendine göre düzenlediğini ve her şeyin yerini bildiği için evde kendi gibi davrandığı ve mutfağın en rahat ettiği yer olduğunu belirtmiştir. Bu, hem geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini ve örüntülerini; hem de yine bunlar aracılığıyla, idealize edilmiş ve romantikleştirilmiş bir mutfak anlamını da yeniden üretmektedir.

Kim için pişirildiği” sorusu üzerinden sınıf ile toplumsal cinsiyet arasındaki bağ da kurulur. Gündelik aile yemeği, yaşlı ya da hasta bir yakına götürülen yemek, onur konuğu için hazırlanan ziyafet ve bayram sofrasının aynı düzeyde emek, malzeme ve sunum estetiği gerektirmediği gözlenmiştir. Eee... Çocuklara misafire pişirdiğin gibi pişirmiyorsun!”, Kayınvalidem yemedi tatsız tuzsuz diye doktorun verdiği tarifleri!” ifadeleri mutfaktaki iktidarın esnekliğini ve katılığını göstermektedir. Aile bayramında ya da adak töreninde eti bol hırısı, çeşiti çok sofrta, dağıtılan hırısının yanında verilen parça et, hanenin ekonomik kapasitesinin dışarıya gösterildiği bir temsil alanı oluşturur. Antakya ya özgü misafirperverlik, dayanışma ve cömertlik önemli kolektif değerler olarak kabul edilmekle birlikte, bu değerlerin yerine getirilmesi için gereken görünmez emek ve maliyetlerin hane içinde nasıl paylaşıldığı sorgulanmıştır. Çeşitli yemek ve lezzetleri barındıran zengin sofralarla kalabalık ve sık misafir ağırlama, adak ve bayram törenleri gerçekleştirme, düğün, doğum günü kutlamaları yapma, misafir severliğin ve cömertliğin sınıfsal boyutlarını gösterir.

4.4. Etno-Dinsel Çeşitlilik, Ritüel ve Bellek: Aynı Yemeğin Farklı Toplumsallıkları

Yukarıda belirtildiği gibi, araştırmanın başlangıcındaki tatlar tüm farkları siler” fikri, uzun süreli saha deneyimi içinde tersine çevrilen temel varsayımlardan biridir. Antakya da farklı etno-dinsel topluluklar tarafından benzer malzemelerin ve kimi ortak yemeklerin paylaşılması, farklılıkların ortadan kaldırıldığı anlamına gelmez. Aynı yemeğin adının, baharat oranının, pişirme tekniğinin, hangi evde ve hangi takvimsel bağlamda hazırlandığının, kimlerle paylaşıldığının ve neyi anmak için yapıldığının farklılaştığı gözlenmiştir. Bunun en belirgin örneklerinden biri, hırısıdır. Orta Doğu ve Orta Asya da *El-Kışk* (Aubaile-Sallenave, 2000/1994) ve Anadolu da *keşkek* olarak adlandırılan, İngilizcesi *Harisa* olan bu yemeği, Antakya da Arap Aleviler,

Ortodoks Hristiyanlar ve Antakya Yahudileri *hırısı* (*hırısı*, *herise*, *hırısı*, *hırısı*); Antakya Katolik Hristiyan Ermeniler *Harisa* (Cho, 2023) olarak adlandırır. Hatay da tüm etno-dinsel ve mezhepsel grupların kutsal ve törensel bir yemeği olan hırısı, geleneksel olarak evlerde pişirilmez. Kullanılan kazandan kepçeye özel ekipmanlar gerektiren bu törensel yemeğin yapımı ciddi bir ekip işi ve emek gerektirir. Erkek ustalarca ve erkek emeğiyle yapılan yemeğin pişirme süreci, akşamdan başlar. Devasa kazanlarda buğday ve kırmızı et odun ateşinde uzun saatler boyunca kaynatılır ve dövülerek macun kıvamına getirilir. Genelde sabahın erken saatlerinde kıvama gelen hırısı, sıcak sıcak herkese dağıtılır, fazlası derin donduruculara kaldırılır. Hırısının hem pişirilmesi hem de dağıtılması törensel bir etkinliktir ve bereketi, misafirperverliği, paylaşımı, dayanışmayı ve cömertliği gösterir. Arap Alevilerin adak ve aile bayramlarında hırısı pişirilirken, aynı zamanda yakın çevre ve onur konukları için sofralar da kurulur. Hırısı her yıl 14 Temmuz da Samandağ'da kutlanan Evvel Temmuz festivalinde ve Türkiye'nin tek Ermeni köyü olan Samandağ'ın Vakıflı Mahallesi'nde her yıl düzenlenen Meryem Ana Yortusu (Surp Asdvadzadzin) ve Üzüm Bayramı kutlamalarının en önemli simgesidir. Son yıllarda, koç ve horozun da hırısıye eklendiği hem ifade edilmiş hem de gözlemlenmiştir. Arap Aleviler ve Hristiyanların üzerine eritilmiş iç yağı ile sunulan biçimi oluşan macunun doğal rengindedir. Aynı malzemeyle Sünni Müslümanlarca pişirilen *aşur* ise, kutsal ve törensel bir yemek olmayıp, evlerde günlük yemek olarak et yerine daha çok horoz ya da tavuk etiyle kırmızı kuru biber ya da biber salçası ile pişirildiğinden hırısıye göre kırmızı renklidir. Tavuk etiyle düdüklü tencerede hırısı pişirildiği bir sohbette konu olduğunda, onun hırısı değil, beyaz aşur olduğu özellikle belirtilmiştir. Bizde hırısı kırmızı olmaz!”, horozu varsa annem her gün aşur pişirir!”, Hırısı yemek değil ki! Hırısıyı yer sonra da yemek yersin!” gibi ifadeler, toplumsal farklılıkların etkileşimini ve yeniden üretimini göstermektedir. Kısacası Antakya da hırısı ya da aşur, etno-dinsel çeşitliğin toplumsal yansımalarını gösterir.

Hırısı ya da aşur gibi, etno-dinsel ve mezhepsel toplumsal yansımaları gösteren bir başka yemek de Antakya usulü etsiz çiğ köftedir. Özellikle çiğ etin Arap Alevi inancında yasak olması, Yahudi inancında koşer olmaması ve Hristiyanların Büyük Perhiz aylarında hayvansal besinlerin yasak olması, çiğ köftenin Antakya'da etsiz yapılmasını gerektirir. Bu nedenle, Antakya usulü çiğ köfte, üzerine kavrulmuş kıyma ile servis edilir. Üzerine bol zeytinyağında kavrulmuş soğanla servis edilen patates köfte ise, özellikle Hristiyanların Perhiz dönemlerinin ana yemeklerindendir. Dolayısıyla ortaklaşan yemekler ve lezzetler ile mevcut toplumsal sınırlar eşzamanlı olarak yeniden üretilir.

Gadir-i Hum, Kıddes, Ramazan ve Kurban Bayramları, Noel, Meryem Ana Yortusu, Peynir Bayramı, adaklar, düğünler ve diğer kutlama pratikleri, yemeğin zaman, din, akrabalık ve toplulukla ilişkisinin gözlemlenebildiği sahneler olarak değerlendirilmiştir. Douglas'ın (1972) sınır ve sınıflandırma yaklaşımı ile Fischler in (1988) yemek-kimlik ilişkisi birlikte ele alındığında, yenilebilir, uygun, kutsal ya da yasak kategorileri biyolojik özelliklerden çok toplumsal düzenlemeler olarak görünür hale getirilir. Bununla birlikte Antakya'nın çok etnili ve kültürlü toplumsal yapısı içinde bu sınırların geçirimsiz olmadığı da gözlenmiştir. Tarifler, malzemeler ve teknikler teması içinde dolaşıma sokulmakta, ödünç alınmakta ve yeniden adlandırılmaktadır.

Yemeğin bellek taşıyıcılığı, bu temasların zamansal boyutu olarak ele alınmıştır. Çocukluktan hatırlanan bir tat, belirli bir akraba tarafından yapılan yemek, bayram sabahının kokusu ya da Hatay'dan uzakta aranan bir malzeme, kolektif belleğin gündelik hatırlama figürleri" olarak değerlendirilmiştir. Halbwachs'ın (1992) çerçevesinden hareketle bu hatırlamalar yalnızca özel anılar olarak değil, aile, etnisite, mezhep, mahalle ve kent gibi grupların geçmişi bugün de yeniden kurma biçimleri olarak yorumlanmıştır. Uzun süreli etnografik perspektif, bu nedenle tarifi sabitliğinden çok, hatırlamanın hangi koşullarda sürdürüldüğünün ve hangi koşullarda dönüştürüldüğünün izlenmesine daha elverişli bulunmuştur. Tepsi oruğunu baklava gibi dilimler fırına gönderirdi babaannem"; "Vişneli kebabı bilen bile kalmadı!"; "Mangallar artık çocukluğumuzdaki gibi kokmuyor!"; "Uzun Çarşı'da humuslu baklayı külhanlarda yaptırıyorlardı"; "Tansiyon, kolesterol diye diye tatsız tutsuz şeyler yer olduk!" ifadeleri tariflerin yanı sıra tatların, kokuların ve mekanların da bellekteki yerini ve aktarımını vurgulamaktadır.

Bu çalışmanın uzun dönemli perspektifi açısından araştırma döneminde yaşanan CoVid 19 pandemisi ve 6 Şubat 2023 depremleri, mutfak kültürünün maddi ve ilişkisel altyapısının görünür kılındığı zorunlu bir zamansal bağlam olarak belirtilmelidir. CoVid 19 Pandemisi ve 6 Şubat 2023 depremleri Antakya yemeklerinin sürekliliğini derinden etkileyen iki olaydır. CoVid 19 Pandemisi döneminde kadının iş yükünün artmasının (Ünal, Koçtürk ve Bayar, 2021) yanı sıra lezzetlendiricilerin ve tatlandırıcıların tedarik zincirinin kırılması; malzeme hazırlıklarının kolektif yapılamaması; törensel yemek pişirme ve toplanma olanaklarının kısıtlanmasıyla, Hatay mutfağında yemek emeğinin sınıfsal ve toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden kurulan ev içi iş bölümünde bir taraftan kadının iş yükünün arttığı, diğer taraftan kadın emeğinin daha da görünmez kılındığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin öz-düşünümelliğinde kadının yemek üzerinden de olsa kendi kararını

alıp inisiyatif kullanabildiği mutfak, bir iktidar alanı olarak bulanıklaşmıştır. 6 Şubat 2023 depremleri ve sonrasında gerçekleşen zorunlu göç, Antakya yemekleri ve lezzetlerinin olmazsa olmazı olan malzemeye ve mutfak ekipmanına erişimi engellemiş, mahalle aralarındaki çardak altı ya da tandır başı gibi ortak üretim mekânları ile yemek belleği arasındaki ilişkinin kırılmasına neden olmuştur. İflazoğlu ve Okur'un (2025) Hatay'dan göç eden kadınlarla gerçekleştirdiği araştırma, zorunlu göç sonrasında malzemeye ve mutfak ekipmanına erişim, yemek hazırlama biçimleri, ortak üretim pratikleri ve yemeğe yüklenen duygusal anlamların değişebildiğini göstermiştir. Bu bulgudan hareketle, hatırlama ve unutma pratikleri ile yemek belleğinin aktarımı, tarif bilgisinin hafızada korunması ve kültürel devamlılığın sağlanmasının kesintiye uğradığı belirtilmelidir. Yemeğin bellekte yer alması ve hatırlanması için ev, mahalle, pazar, fırın, komşuluk ve akrabalık ağları gibi maddi, mekansal-toplumsal düzeneklere, kolektif etkinliklere ve toplumsallaşmalara da ihtiyaç duyulmaktadır. Pandemi, afet ve zorunlu göçün, uygun mutfak mekânına, ekipmana, yerel malzemeye, depolama olanağına ve destek ağına erişimi yerinden ettiği ve yeniden dağıttığı; gündelik yemek emeğinin yükünü dönüştürdüğü gözlenmiştir. Böylece lezzetin sürekliliğini yalnızca kültürel dayanıklılık anlatısıyla değil, bu dayanıklılığı mümkün ya da imkânsız hale getiren zorunlu ve eşitsiz maddi koşullarla birlikte ele almak gerekir.

4.5. Ev Mutfağından Gastronomi Piyasasına: Standardizasyon ve Metalaşma

Günümüzde toplumsal üretim ve yeniden üretim alanında, dünya mutfakları ile yöresel yemek ve lezzetler, gastronomi piyasasının ve dışarıda yeme-içme pratiklerinin önemli bir yeri vardır. Türk, Yunan, İtalyan, Kore, Çin, Japon, Hint mutfakları gibi ülke restoranları, farklı mutfakların ve yemeklerin sosyal ve kültürel olarak deneyimlenmesi kadar, gastronomi piyasası için bir standartlaştırmanın gerçekleştiği alanlardır. Farklı ülke mutfaklarının tanıtıldığı dünya mutfağı kitapları (i.e. Ainley, 2011, Boran Art, 2020; Guillemard, 2015; Son, 2025; Şahin Perçin, 2022), çeşitli yemek programları, yarışmaları ve kanalları, ülke mutfakları kadar yerel ve yöresel mutfakların piyasalaşma, hobi ve boş zaman uğraşı olarak evde hazırlama ve pişirmede standartlaşmayı da göstermektedir. Özellikle dünya mutfağına özgü bıçak, tencere, tava, kaşık ve kepeçler gibi mutfak aletleri ile ev tipi elektrikli kıyma makinesi, mutfak robotu, çırpıcı ve karıştırıcı, hamur ve ekmek makinası, airfryer, içli köfte makinesi gibi küçük ev aletleri, mutfaktaki piyasalaşmanın boyutlarını gösterir. Neredeyse tüm marketlerde bulunabilen ketçap, mayonez, hardal, pesto, barbekü, soya, hoisin, istiridye sosu gibi soslar, curi, kepece baharatı gibi lezzetlendiriciler, risotto

pirinci, mozzarella peyniri, İran pirinci, Fas kuskusu da piyasalaşma ve standartlaştırma örnekleridir. Mutfak aletleri ve ev tipi ekipmanlar ve neredeyse her markette bulunabilen malzemelerle bir hobi ve boş zaman uğraşına dönüşen mutfak ve yemek deneyimlerinin etkisi Antakya mutfağında da görülmektedir. Ancak, Antakya mutfağını bu bağlama yerleştirmenin ve ilişkilendirmenin bu çalışmanın sınırlarını aştığı özellikle belirtilmelidir.

Hatay mutfağının bugün restoran menülerinde, AVM yemek katlarında, çevrim içi satış platformlarında ve yöresel ürün pazarlarında dolaşıma sokularak güçlü bir gastronomik markaya dönüştürülmesi, piyasalaşmasını da gösterir. Bu dolaşım aracılığıyla mutfağın bilinirliği artırılırken, evlerdeki farklı tarifler belirli temsili yemekler etrafında sadeleştirilebilmektedir. Tepsi kebabı, oruk, humus, zahter salatası, abagannuş ve künefe gibi tanınabilir ürünler Hatay mutfağının vitrini olarak öne çıkarılmaktadır. Buna karşılık uzun süreli etnografik araştırma aracılığıyla, bu standartlaştırılmış vitrinin arkasında aynı yemeğin hane, sınıf, etno-dinsel çevre ve kuşaklara göre değişen biçimleri gözlenebilmiştir.

Appadurai nin (1988) mutfakların kodlanma ve standardizasyonuna ilişkin yaklaşımı, yerel ölçekte bir tarifin aslını belirleme girişimini sadece teknik doğruluk sorunu olarak değil, kültürel otorite talebi olarak değerlendirir. Kimin tarifinin temsili kabul edileceği, hangi ürünün coğrafi ve kültürel aidiyetle pazarlanacağı ve ev bilgisinin ne ölçüde ticari değere çevrileceği, yerel mutfağın politik ekonomisinin bileşenleri olarak ele alınmıştır. Yöresel gıdaların ticarileşmesiyle kadınların üretici olarak görünürlük kazanması, geleneksel emek ve annelik beklentilerinin otomatik biçimde çözülmesini getirmez (Nizam Bilgiç, 2020). Antakya örneğinde de ev içi bilgi piyasa aracılığıyla kamusal ve ekonomik değere dönüştürülürken, bu bilginin hangi emek ilişkileri içinde üretildiğinin perdelenebildiği gözlenmiştir.

Evde restorandaki lezzeti yakalamak amacıyla Hatay dan ürün getirilmesi ya da çevrim içi alışveriş yapılması, piyasa ile ev arasındaki sınırın çift yönlülüğünü gösterir. Ev mutfağı, aile tarifleri, damak alışkanlıkları piyasadan seçilen malzemelerle piyasa için standartlaştırılırken, mutfağın toplumsal ilişkileri de piyasa aracılığıyla yeniden yerleştirilir ve standartlaştırılır. Kendi yaptığına benzemese de çok canın isterse alırsın mezeciden humusu, abagannuşu, muhammarayı!"; Antakya kömbesi diye alıp getirdiler. Ne alakası var bizim kömbeyle!"; Aldım Antakya pazarından zeytinyağını. Sanki Ayçiçek yağı!";

Bizim kabak tatlısı bal kabağından yapılmaz!" gibi ifadeler hem gastronomi piyasasındaki Antakya mutfağının dolaşımını hem de aralarındaki etkileşimi gösterir. Bu nedenle, Antakya mutfağının özgünlüğü, kaybolmadan korunmuş tek

bir geçmiş olarak değil, malzeme, hafıza, emek ve piyasa arasında sürekli biçimde müzakere edilen bir ilişki olarak tanımlanmıştır.

5. Sonuç: Tatlar Farkları Silmez, Farkları Müzakere Eder

Antakya mutfağının yaklaşık on iki yıla yayılan uzun süreli etnografik bir perspektiften incelenmesi, yöresel lezzetin kendiliğinden ortaklaştırıcı ve eşitleyici bir kültürel miras olarak ele alınmasının sınırlarını görünür kılmaktadır. Araştırmanın başladığı 2015 te farklılıkların ortak bir lezzet alanında görünmezleşeceği varsayılırken, uzun süreli etnografik çalışmada, aynı yemeğin farklı hanelerde, sınıfsal konumlarda, etno-dinsel çevrelerde ve toplumsal ilişkiler içinde farklı biçimlerde hazırlandığı, sunulduğu ve anlamlandırıldığı gözlenmiştir. Bu nedenle belirtilmelidir ki, Antakya mutfağında ortaklaşan yemekler ve malzemeler toplumsal farklılıkları ortadan kaldırmaz; bu farklılıkların gündelik yaşama temas ettiğini, yeniden üretildiğini ve müzakere edildiğini gösterir.

Araştırmanın temel bulgularından biri, yemeğin yalnızca pişirilmiş bir ürün değil, üretimden tüketime ve temizliğe kadar uzanan çok katmanlı bir emek sürecinin sonucu olduğudur. Malzemenin seçilmesi ve temin edilmesi, ayıklama, doğrama, hazırlama, pişirme, servis, sofranın düzenlenmesi ve temizlik gibi faaliyetler bir arada düşünüldüğünde, lezzetin arkasındaki emeğin önemli bir bölümünün gündelik hayat içinde görünmezleştiği tespit edilmiştir. Özellikle kadınların yemek hazırlama, bakım ve misafir ağırlama sorumluluklarıyla ilişkilendirilen emekleri, iyi yemek, iyi ev sahipliği ve iyi aile gibi değerlerle anlamlandırılır. Böylece yemek emeği sadece beslenmenin değil, toplumsal cinsiyet rollerinin ve örüntülerinin, ev içi iş bölümünün yeniden üretiminin de bir parçası haline gelir. Bununla birlikte mutfak yalnızca tahakkümün gerçekleştiği bir alan olarak görülmemelidir. Uzun süreli gözlemler, kadınların mutfak bilgisini ve gündelik karar alma olanaklarını kullanabildikleri durumları da ortaya koymaktadır. Bu nedenle mutfak iktidar, baskı ve özneleşme olanaklarının birbirini dışlamadığı ilişkiyel bir alandır.

Antakya yemeklerinde sınıfsal farklılıklar yalnızca kullanılan malzemenin pahalı ya da ucuz, kaliteli ya da kalitesiz olması üzerinden ortaya çıkmaz. Belirli bir zeytinyağına, nar ekşisine, salçaya, zahtere ya da baharatlara erişim, malzemelerin niteliğini ayırt edebilmek, güvenilir üretici ve tedarikçileri tanımak ve mutfak ekipmanına sahip olmak, sınıfsal farklılıkları görünür kılar. Ayrıca, emek yoğun hazırlıklar için zaman ayırabilmek ve gerektiğinde dışarıdan emek satın alabilmek de sınıfsaldır.

Yemek bilgisinin kuşaklar arasında ve sosyal ağlar aracılığıyla aktarılması, lezzetin toplumsal üretim koşullarını oluşturur. Habitus ve sermayeler bileşimi

ile değerlendirildiğinde, Hatay mutfağında lezzetin yalnızca öğrenilmiş tariflerin ya da bireysel beğenilerin sonucu olmadığı daha açık hale gelir. Yemek yapma biçimleri, hangi malzemenin nasıl ve ne kadar kullanılacağı, belirli bir lezzetin ayırt edilebilmesi, yemeğin ne zaman ve kimin için hazırlanacağına ilişkin gündelik bilgiler, içine doğulan ve gündelik pratikler içinde edinilen habitusun bileşenleri olarak işler. Böylece habitus, kültürel sermaye ile birlikte belirli lezzetleri tanıma, ayırt etme ve yeniden üretme kapasitesini de biçimlendirir. Ayrıca, bu kapasitede bedenleşmiş kültürel sermayeyle birlikte gerekli mutfak ekipmanına sahip olmak, uygun malzemeyi tanıdıklar aracılığıyla tedarik etmek ve gerektiğinde dışarıdan emek ya da ürün satın almak ekonomik ve sosyal sermayeyle birlikte işlemektedir. Belirli ürünlerin, üreticilerin, tedarikçilerin ve hazırlama biçimlerinin özgün kabul edilmesi de sermaye biçimlerinin bileşiminde ve kesişiminde sembolik sermayeye dönüşür. Dolayısıyla yemek ve lezzet, üretim ve tüketimin gündelik pratikler içinde bedenselleştiği ve yeniden üretildiği bir alan olarak ortaya çıkar. Bu bağlamda, evde doğru baharatlarla tam kıvamında özenle pişirilmiş gerçek yemeğin ardındaki farklılıklar, bireysel tercihlerin ötesinde, hanelerin sahip olduğu kaynakların, öğrenilmiş yatkınlıkların ve toplumsal ilişkilerin eşitsiz bileşimleriyle anlaşılmalıdır. Bu açıdan sınıf, yalnızca tabağın içeriğinde değil, tabağın ortaya çıkmasını mümkün kılan zaman, bilgi, beceri, ekonomik kaynak ve toplumsal ilişkileri de belirginleştirir. Gerçek, özenli ya da ev yapımı olarak kabul edilen lezzetlerin de bu kaynaklara eşit olmayan erişim koşulları içinde sınıf temelli üretildiği gözlenir.

Yemek aynı zamanda sofrada hiyerarşi ve statünün düzenlenmesine katkıda bulunur. Günlük aile yemeği, misafir sofrası, bayram yemeği, onur konuğu için hazırlanan ziyafet ya da bir yakına götürülen yemek aynı miktarda emek, malzeme ve sunum gerektirmez. Kimin için yemek hazırlandığı, kime hangi yemeğin ve ne miktarda sunulduğu, sofrada önce kime servis edildiği ve yemeğin ardından kimin temizlik yaptığı, yemek aracılığıyla kurulan toplumsal ilişkilerin farklı boyutlarını gösterir. Bu nedenle misafirperverlik, dayanışma ve cömertlik gibi kolektif değerler, onları mümkün kılan emek ve ekonomik maliyetlerden bağımsız olarak ele alınamaz. Sofra, bu yönüyle hem yakınlığın ve paylaşımın hem de statünün, yükümlülüğün ve toplumsal cinsiyet temelli iş bölümünün düzenlendiği bir toplumsal alan olarak ortaya çıkar.

Antakya'nın etno-dinsel çoğulluğu, ortaklaşan yemekler ile farklılaşan toplumsal sınırların aynı anda var olabileceğini gösterir. Hırısı/aşur, etsiz çiğ köfte ve patates köftesi örneklerinde görüldüğü gibi, benzer malzemelerin kullanılması ya da ortak yemeklerin paylaşılması, yemeğin adının, hazırlanma biçiminin, pişirme tekniğinin, törensel bağlamının, paylaşım biçiminin ve

yenilebilirlik sınırlarının aynı olduğu anlamına gelmez. Gadir-i Hum, Kıddes, Ramazan ve Kurban Bayramları, Noel, Meryem Ana Yortusu, Peynir Bayramı, adaklar ve diğer kutlama pratiklerinde yemek, dini ve toplumsal aidiyetlerin gündelik olarak yeniden kurulmasına aracılık eder. Bununla birlikte bu sınırlar bütünüyle geçirimsiz değildir. Tariflerin, malzemelerin ve tekniklerin topluluklar arasında dolaşıma girmesi, ödünç alınması ve yeniden yorumlanması, farklılıkların temas ve karşılaşma içinde sürekli olarak müzakere edildiğini gösterir.

Bellek ise, yemeğin bu toplumsal boyutuna zamansal bir katman ekler. Çocukluktan hatırlanan bir tat, belirli bir akrabanın yaptığı yemek, bayram sabahının kokusu ya da Hatay dışında aynı malzemeyi bulma çabası, aile, mahalle, etno-dinsel topluluk ve kentle ilişkili toplumsal hatırlama biçimleri olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle yemek belleğinin sürekliliği sadece tarif bilgisinin korunmasıyla tanımlanmaz. Ev, mahalle, pazar, fırın, akrabalık ve komşuluk ilişkileri, ortak üretim mekânları ve törensel buluşmalar da bu belleğin maddi ve toplumsal altyapısını oluşturur. CoViD-19 pandemisi ve 6 Şubat 2023 depremleri sonrasında bu altyapının kesintiye uğraması, yemek kültürünün sürekliliğinin yalnızca kültürel bilgiye değil, malzemeye, mekâna, ekipmana, zamana ve toplumsal ilişki ağlarına bağlı olduğunu daha görünür hale getirmiştir.

Uzun süreli etnografik gözlem aynı zamanda ev mutfağı ile gastronomi piyasası arasındaki ilişkinin basit bir karşıtlık üzerinden kurulamayacağını göstermiştir. Restoranlar, çevrim içi satış platformları, yöresel ürün pazarları ve gastronomi söylemleri aracılığıyla Antakya yemekleri belirli tanınabilir yemekler, tatlar ve lezzetler etrafında standartlaştırılmış ve dolaşıma sokulmuştur. Tepsi kebabı, oruk, humus, zahter salatası, abagannuş ve künefe gibi yemekler bu gastronomik temsilin öne çıkan vitrin ürünleridir. Buna karşılık evlerdeki yemek pratikleri aynı yemeğin hane, sınıf, etno-dinsel çevre ve kuşaklara göre değişebilen biçimlerini korumaktadır. Ev mutfağı piyasadan bütünüyle ayrı bir alan olmadığı gibi, piyasa da ev mutfağından bağımsız değildir. Malzemeler, tarifler, beceriler ve özgünlük ölçütleri bu iki alan arasında karşılıklı olarak dolaşıma girmekte ve birbirini etkilemektedir. Bu nedenle Antakya mutfağının özgünlüğü, değişmeden korunmuş tek bir geçmişe değil, farklı toplumsal aktörler tarafından sürekli olarak yeniden tanımlanan ve müzakere edilen bir ilişkiye dayanmaktadır.

Yaklaşık on iki yıllık etnografik süreç, araştırmanın başlangıcındaki "Tatlar Tüm Farkları Siliyor" varsayımının da dönüşmesine neden olmuştur. Araştırmacının başlangıçta dışarıklı olarak tanımladığı konumdan zaman içinde daha aşına ve ilişkisel bir konuma geçmesi, araştırma materyalinin ve verinin genişlemesini sağlamıştır. Genişleyen materyal ve veri, alışveriş güzergâhı,

malzeme tercihi, hazırlık süresi, yemek bilgisinin kimden öğrenildiği, servis sırası ve temizlik gibi gündelik ayrıntıların sosyolojik önemini de görünür hale getirmiştir. Bu açıdan uzun süreli etnografi, Antakya mutfağını değişmez bir gelenek olarak değil, tarihsel kırılmalar, gündelik pratikler ve toplumsal ilişkiler içinde dönüşen bir alan olarak kavramaya olanak sağlamıştır.

Bu çalışma, Türkiye de gelişen yemek sosyolojisi literatürüne iki yönden katkı sunmaktadır. İlk olarak, yöresel mutfağı yalnızca kültürel miras, kimlik ya da gastronomik değer üzerinden değil, emek, sınıf, toplumsal cinsiyet ve iktidar ilişkilerinin kesişiminde ele alarak kültürün açıklayıcı sınırlarını genişletmektedir. İkinci olarak, ev mutfağı ile gastronomi piyasasını birbirinin karşısı olarak kurmak yerine, malzeme, tarif, bilgi, emek ve özgünlük ölçütlerinin bu iki alan arasında nasıl dolaştığını göstermektedir. Antakya örneğinde yemek, toplumsal farklılıkların taşındığı bir kültürel nesne olmaktan daha çok farklılıkların karşılaştığı, sınırların çizildiği ve geçirgenleştiği, eşitsizliklerin yeniden üretildiği ve aynı zamanda gündelik yaşam içinde müzakere edildiği bir toplumsal ilişkiler alanıdır.

Bu nedenle araştırmanın başlangıçtaki sorusuna ilişkin temel sosyolojik sonuç, tatların farkları silmesi” değil, farkların tatlar aracılığıyla yeniden düzenlenmesi, üretilmesi ve müzakere edilmesidir. Antakya mutfağında lezzet; malzeme, emek, zaman, beceri, ekonomik ve kültürel kaynaklar, toplumsal ilişkiler, aidiyetler ve bellek ile birlikte üretilmektedir. Dolayısıyla bir yemeğin lezzetini ve özgünlüğünü anlamak, yalnızca tarifte hangi malzemelerin bulunduğunu bilmekten değil, o yemeği mümkün kılan toplumsal ilişkileri ve maddi koşulları da görmekten geçmektedir.

Kaynakça

- Ainley, S. (2011). *Dünya mutfağı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Akarçay, E. (2016). *Beslencenin sosyolojisi: Orta sınıf(lar)ın yeme içme ve eğlence örüntüleri*. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Akarçay, E. ve Suğur, N. (2015). Dışarda yemek: Eskişehir de yeni orta sınıfın fast-food yeme-içme örüntüleri, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 1-29.
- Akkoç, T. (2025). Yavaş yemek hareketinin turizm endüstrisindeki gelişimine bütüncül bir bakış. *Turizm Akademik Dergisi*, 12(1), 35-51. <https://izlik.org/JA65SM74FT>
- Appadurai, A. (1988). How to make a national cuisine: Cookbooks in contemporary India. *Comparative Studies in Society and History*, 30(1), 3-24. <https://doi.org/10.1017/S0010417500015024>
- Arslan, Z. (2015). Tastes erasing all differences: Production and consumption of food in Antioch (Antakya), Turkey. ESA 2015 Prague, 12th Conference, *Differences, inequalities and sociological imagination, abstract book*. Prague, 25-28 August 2015. Prague: Institute of Sociology of the Czech Academy of Sciences.
- Arslan, Z. (2015). Production and consumption of traditional foods in religious and devotional rituals: A case study of Antioch, Hatay, Turkey. *III. Traditional foods from Adriatics to Caucasus, abstract book*. Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, 01-04 October 2015. Tekirdağ: Namık Kemal University, Faculty of Agriculture Department of Food Engineering.
- Assmann, J. (2001). *Kültürel Bellek: Eski yüksek kültürlerde hatırlama ve politik kimlik*. İstanbul: Ayrıntı. (Orijinal eserin yayın tarihi 1997).
- Aubaile-Sallenave, F. (2000). El-Kişk: Geçmişle bugünle karmaşık bir yemek. İçinde S. Zubaida ve R. Tapper (Der.) *Ortadoğu mutfak kültürleri*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları. (Orijinal eserin yayın tarihi 1994).
- Aydoğdu, E. (2022). yemek kültürünün yeniden üretimi: Yemekteyiz programı üzerine bir inceleme. *Ahi Evran Akademik*, 3(2), 38-53. <https://izlik.org/JA55EP64RX>
- Banihashemi, S., ve Hasanian, G. (2023). Cultural content of food TV shows: A comparative study of national and international Persian tv programs. *Etkileşim*, 12, 36-59. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2023.6.12.213>
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. (Çev. Annette Layers). New York: The Noonday Press. (Orijinal eserin yayın tarihi 1957).
- Barthes, R. (1996). *Çağdaş söylenler*. İstanbul: Metis.
- Baysal, A. (1993a). *Beslenme Kültürümüz*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

- Baysal, A. (1993b). Türk yemek kültüründe değişimler, beslenme ve sağlık yönünden değişimler. K. Toygar (Der.) *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* içinde (s. 12-20) Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları Yayın No:3, s.12-20.
- Baysal, A., Merdol, T.K., Saçır, H., Taşçı, N.C. ve Başoğlu, S. (1996). *Türk Mutfağından Örnekler*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Beardsworth, A. ve Keil T. (1997). *Sociology on menu: An invitation to the study of food and society*. London: Routledge.
- Beardsworth, A. ve Keil T. (2011). *Yemek sosyolojisi: Yemek ve toplum Çalışmasına bir davet*. (Çev. Abdülbaki Dede). Ankara: Phoenix Yayınları.
- Belge, M. (2013). *Tarih boyunca yemek kültürü*. (13. Baskı) İstanbul: İletişim. (İlk basım 2001)
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.
- Blunt, A. (2005). Cultural geographies of home. *Progress in Human Geography*, 29, 505–515. <https://doi.org/10.1191/0309132505ph564pr>
- Bolak, H. C. (1997). When wives are major providers: Culture, gender and family work. *Gender and Society*, 11, 409-443. <https://doi.org/10.1177/089124397011004>
- Boran Art, S. (2020). *Çerkes kızından tarifler*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Boudan, C. (2006). *Mutfak Savaşı: Damak zevkinin jeopolitiği*. İstanbul: Ayrıntı (Orijinal eserin basım tarihi 2004)
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. R. Nice (Çev.). London: Routledge. (Orijinal eserin basım tarihi 1979)
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. J. Richardson (Der.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* içinde (s. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1992). *The logic of practice*. (Trans. R. Nice). London: Polity Press.
- Bozis, S. (2000). *İstanbul lezzeti: İstanbullu Rumların mutfak kültürü*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Braun, V. ve Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. London, England: SAGE.
- Braudel, F. (2017). *Maddi Uygarlık: Gündelik hayatın yapıları*. (3. Baskı) Mehmet Ali Kılıçbay (Çev.): Ankara: İmge. (Orijinal eserin basım tarihi 1979)
- Brillat-Savarin, J. A. (2015). *Lezzetin fizyolojisi ya da yüce mutfak üzerine düşünceler*. İstanbul: Oğlak. (Orijinal eserin basım tarihi 1825).
- Budak, S. (2008). *Antakya mutfağı*. Antakya, Türkiye: Antakya Rotary Kulübü.

- Cairns, K. ve Johnston, J. (2015). *Food and femininity*. London, England: Bloomsbury Academic.
- Carolan, M. (2016). *The sociology of food and agriculture* (2nd ed.). Abingdon, England: Routledge. (Orijinal eserin basım tarihi 2012).
- Chapman, T. (2003). *Gender and domestic life: changing practices in families and households*. Palgrave Macmillan.
- Cho, S. H. (2023). Recipes for sacred porridge in post-earthquake Turkey. *The Recipes Project*. October 24, 2023. <https://doi.org/10.58079/tddt>
- Civitello, L. (2019). *Mutfak & Kültür: İnsanın beslenme tarihi*. Z. N. Nahya ve S. Örnek (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat.
- Connerton, P. (1999). *Toplumlar nasıl anımsar?* A. Şenel (Çev.) İstanbul: Ayrıntı. (Orijinal eserin basım tarihi 1992).
- Çarpar, M. C. (2020). Beslenme, kimlik ve erkeklik: Et yemenin sosyolojisi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40(1), 249-277. doi:<https://doi.org/10.26650/SJ.2020.40.1.0041>.
- DeVault, M. L. (1991). *Feeding the family: The social organization of caring as gendered work*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Douglas, M. (1972). Deciphering a Meal. *Daedalus*, 101(1), 61-81. https://www.jstor.org/stable/20024058?seq=1#metadata_info_tab_contents
- Douglas, M. (2005). *Purity and danger: An analysis of concepts of pollution and taboo*. New York: Routledge. (Orijinal eserin basım tarihi 1966).
- Durkheim, E. (1964 [1915]). *The elementary forms of the religious life*. J. W. Swain (Çev.). London: George Allen & Unwin Ltd. (Orijinal eserin basım tarihi 1915)
- Elias, N. (1978). *The civilizing process: The history of manners*. Volume I. E. Jephcott (Çev.) New York: Urizen Books.
- Emerson, R. M., Fretz, R. I. ve Shaw, L. L. (2011). *Writing ethnographic fieldnotes* (2. Baskı). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Engels, F. (2005). *The condition of the working class in England*. Harmondsworth, Middlesex, England; New York, N.Y., USA: Penguin Books. (Orijinal eserin basım tarihi 1845)
- Eslen-Ziya, H., Okman Fişek, G. ve Bolak Boratav, H. (2021). Everyday gendered performances at home: Masculine domesticity? *Social Sciences & Humanities Open*, 3(1), 100112. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2021.100112>
- Faroghi, S. ve Neumann, C. K. (Der.) (2006), *Soframız nur, hanemiz mamur: Osmanlı maddi kültüründe yemek ve barınak*. Zeynep Yelçe (Çev.) İstanbul: Kitap. (Orijinal eserin basım tarihi 2003)

- Fele, G. (2026). A sociology of tasting. A. Murcott ve M. Niva (Der.) *The Routledge international handbook of the sociologies of food and drink* içinde (. 40-54). London: Routledge. DOI:10.4324/9781032725208-4
- Fielding-Singh, P. ve Oleschuk, M. (2023). Unequal foodwork: Situating the sociology of feeding within diet and nutrition disparities. *Sociology Compass*, 17(4), e13067. <https://doi.org/10.1111/soc4.13067>
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275-292. <https://doi.org/10.1177/053901888027002005>
- Fischler, C. (1980). Food habits, social change and the nature/culture dilemma. *Social science Information*, 19, 937-953. DOI:10.1177/053901848001900603
- Freedman, P. (2008). *Yemek: Damak tadının tarihi*. N. Elhüseyni (Çev.) İstanbul: Oğlak Güzel Kitaplar
- Garfinkel, H. (2014). *Etnometodolojide araştırmalar*. Ü. Tatlıcan (Çev.) Ankara: Heretik. (Orijinal eserin basım tarihi 1968)
- Goody, J. (1982). *Cooking, cuisine and class: A study in comparative sociology*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Gronow, J. (2023). *The sociology of taste*. London, New York: Routledge. (Orijinal eserin basım tarihi 1997)
- Gronow, J. (2026). Nationalism in gastronomy and cuisine. A. Murcott ve M. Niva (Der.) *The Routledge international handbook of the sociologies of food and drink* içinde (s.55-69). London: Routledge.
- Guillemard, M. (2015). *Mutfakta dünya turu*. İstanbul: Erdem Yayınları.
- Gürsoy, D. (2013a). *Yiyelim içelim, tarihini bilelim: Dünden bugüne gastronomi*. İstanbul: Oğlak.
- Gürsoy, D. (2013b). *Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz*. İstanbul: Oğlak.
- Gürsoy, D. (2014). *Deniz Gürsoy'un gastronomi tarihi*. İstanbul: Oğlak.
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory*. L. A. Coser (Der. ve Çev.) Chicago, London: University of Chicago Press. (Orijinal eserin basım tarihi 1941)
- Halkier, B. ve Holm, L. (2021). Linking socioeconomic disadvantage to healthiness of food practices: Can a practice-theoretical perspective sharpen everyday life analysis? *Sociology of Health & Illness*, 43(3), 750-763. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.13251>
- Hammersley, M. ve Atkinson, P. (2019). *Ethnography: Principles in practice* (4. Baskı). Abingdon, England: Routledge.
- Holm, L. ve Gronow, J. (2019). Introduction: Eating in modern everyday life. J. Gronow ve L. Holm (Der.) *Everyday eating in Denmark, Finland, Norway and Sweden: A Comparative Study of Meal Patterns 1997-2012*

- içinde (s. 1-14). Bloomsbury Academic. <https://www.bloomsbury.com/uk/everyday-eating-in-denmark-finland-norway-and-sweden-9781350080485/>
- Ichijo, R. ve Ranta, R. (2016). *Food, national identity and nationalism: From everyday to global politics*. London: Palgrave Macmillan. DOI: <https://doi.org/10.1057/9781137483133>
- İflazoğlu, N. ve Okur, B. (2025). Changes in the culinary culture of migrants following the February 2023 earthquakes: A case study of Hatay residents. *Toros University Journal of Food, Nutrition and Gastronomy*, 4(2), 185-204. <https://doi.org/10.58625/jfng-3073>
- İlhan, N. (2025). Yemek kültüründe kadının ikincil konumu: Şanlıurfa örneği. *Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 13-27. <https://izlik.org/JA56MN45AR>
- Kanık, İ. (2016). Küreselleşme sürecinde kültürel malzeme örneği olarak yemek kanalları ve programları. *Folklor/Edebiyat*, 22(86), 237-258. <https://izlik.org/JA46ET25TL>
- Kayış, Ö. F. ve Yarmacı Güvenç, N. (2025). Kültür aktarımında yöresel mutfakların kullanımı: Zonguldak örneği. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(3), 1481-1505. <https://doi.org/10.21547/jss.1576553>
- Kırmızıkuşak, D. ve Aksoy, M (2021). Geleneksel ailede yemek ve güç ilişkisi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 4(2), 183-198. <https://doi.org/10.33083/joghat.2021.67>
- Koç, F. (2026). “İyi kadın iyi yemek yapar” algısının toplumsal cinsiyet bağlamında incelenmesi. *Antropoloji*, (52), 22-34. <https://doi.org/10.33613/antropolojidergisi.1791097>
- Koç, F. ve Yazıcıoğlu, İ. (2024). Yemek kültüründe toplumsal cinsiyet normları. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(1), 718-734. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1403>
- Koz, M. S. (Der.) (2008). *Yemek kitabı I: Tarih-Halkbilim-Edebiyat*. (3. Baskı). İstanbul: Kitabevi.
- Köselerden M. N. ve Yarmacı Güvenç, N. (2025). Sürdürülebilir restoranlarda yöresel ürün kullanımı ve İstanbul mutfak kültürünün sürdürülebilirliği. *Aydın Gastronomy*, 9(2), 283-304. <https://izlik.org/JA72MF32FM>
- Küçükyaman, M. A., Şen Demir, Ş. ve Bulgan, G. (2018). Mutfak şeflerinin yöresel ürünlere ilgisi: Isparta örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 86-103. <https://izlik.org/JA92ZA37KB>.
- Levi-Strauss, C. (1966a). The culinary triangle. *Partisan Review* 33(4). 586-95.
- Levi-Strauss, C. (1966b). *The savage mind*. London: Weidenfeld & Nicolson.

- Levi-Strauss, C. (1970). *The raw and the cooked*. London: Jonathan Cape.
- Linklater, A. ve Mennell, S. (2010). Norbert Elias, the civilizing process: Sociogenetic and psychogenetic investigations-an overview and assessment. *History and Theory*, 49(3), 384-411. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2303.2010.00550.x>
- Malinowski, B. (1922). *Argonauts of the Western Pacific: An account of native enterprise and adventure in the Archipelagoes of Melasian New Guinea*. London: George Routledge ve Sons.
- Malinowski, B. (1948). *Magic, science and religion and other essays*. Boston, Massachusetts: Beacon Press.
- Marx, K. (1993). *Kapital: Bir ekonomi politiğin eleştirisi cilt I*. Ankara: Sol Yayınları. (Orijinal eserin basım tarihi 1867)
- Meah, A. (2014). Reconceptualizing power and gendered subjectivities in domestic cooking spaces. *Progress in Human Geography*, 38(5), 671-690. <https://doi.org/10.1177/0309132513501404>
- Mennell, S. (1985). *All manners of food: Eating and taste in England and France from the Middle Ages to the present*. Oxford: Basil Blackwell.
- Mennell, S. (1989). *Norbert Elias: Civilisation and the human self-image*. Oxford: Basil Blackwell.
- Mennell, S., Murcott, A. ve van Otterloo, A. H. (1992). The sociology of food and eating: eating, diet and culture. *Current Sociology* 40(2), 1-19. <https://doi.org/10.1177/001139292040002002>
- Merdol, T. K. (1998). Tarihten günümüzetoplumlar ve beslenme alışkanlıkları. K. Toygar (Der.) *Türk mutfak kültürü üzerine araştırmalar içinde* (s. 135-143) Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Montanari, M. (2018). *Kıtlık ve bolluk: Avrupa da yemeğin tarihi*. Ankara: Nika Yayınevi. (Orijinal eserin basım tarihi 1993)
- Murcott, A. (1988). Sociological and social anthropological approaches to food and eating. *World Review of Nutrition and Dietetics*, 55, 1-40. doi:10.1159/000415556. PMID: 3287772
- Murcott, A. ve Niva, M. (Der.). (2026). *The Routledge international handbook of the sociologies of food and drink*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781032725208>
- Nizam Bilgiç, D. (2020). Yeni bir kırsal kalkınma, bilindik bir kırsal annelik: Ticarileşen yöresel yemeklerin toplumsal cinsiyet rollerine etkisi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40(1), 79-108. <https://doi.org/10.26650/SJ.2020.40.1.0018>
- Nuhoglu, F. (2005). *Türk mutfağından yedi renk*. İstanbul: Pozitif Yayıncılık.

- Richards, A. (2003). *Hunger and work in a savage tribe a functional study of nutrition among the Southern Bantu*. London: Routledge.
- Pink, S. (2015). *Doing sensory ethnography* (2. Baskı). London, England: SAGE.
- Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat mutfağı. *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(4), 2675-2695. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.3834>
- Sağır, A. (2020). Yeni bir yaklaşım önerisi: Katmanlaşma teorisi bağlamında yemeğin sosyolojik izdüşümleri (Karabük örneği). *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40(1), 309-338. <https://doi.org/10.26650/SJ.2020.40.1.0023>
- Samancı, Ö. ve Croxford S. (2006). *XIX. Yüzyıl İstanbul mutfağı*. İstanbul: Medyatik Yayınları.
- Simmel, G. (1997). Sociology of the meal. D. Frisby ve M. Featherstone (Der.), *Simmel on culture* içinde (s. 130-135). London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications. (Orijinal eserin basım tarihi 1910)
- Son, O. (2025). *Şampiyon dan pizza tarifleri*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Standage, T. (2009). *An edible history of humanity*. New York: Walker & Company.
- Symons, M. (1994) Simmel's gastronomic sociology: An overlooked essay. *food and foodways: Explorations in the History and Culture of Human Nourishment*, 5(4), 333-351. doi:10.1080/07409710.1994.9962016
- Şahin, K. (2010). *Dini kimliğin inşasında kutsal ve tabu olan yiyecek ve içeceklerin işlevleri: Antakya örneği*. (Yayınlanmamış Doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Şahin, K. (2012). *Hatay mutfak kültürü ve yemekleri*. Ankara: Hatay Valiliği Yayınları.
- Şahin Perçin, N. (2022). *Dünya mutfak kültürleri*. (2. Baskı). İstanbul: Beta.
- Talas, M. (2005). Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Eröz e göre Türk yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 18, 73-283.
- Tapper, R. ve Zubaida, S. (2000). Giriş. S. Zubaida ve R. Tapper (Der.) *Ortadoğu mutfak kültürleri* içinde (s. 1-18). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları. (Orijinal eserin basım tarihi 1994)
- Tez, Z. (2012). *Lezzetin tarihi: Geçmişten bugüne yiyecek, içecek ve keyif vericiler*. İstanbul: Hayykitap.
- Ural, T. (2020). Orhan Pamuk anlatılarındaki yeme içme sahneleri bağlamında, İstanbul burjuvazisi ne yer, nerede yer, nasıl yer, neyi temsil eder?

- İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40(1). 397-418.
<https://doi.org/10.26650/SJ.2020.40.1.0031>
- Uysal, M. (2024). Mutfak kültüründe ataerki ve kadınların benlik anlatıları. *Folklor Akademik Dergisi*, 7(2), 871-889.
<https://doi.org/10.55666/folklor.1426631>.
- Ünal, A., Koçtürk, N. ve Bayar, Ö. (2021). Covid-19 Pandemisi ve Toplumsal Cinsiyet: Türkiye’deki Sivil Toplum Kuruluşlarının Gözlemleri ve Çalışmaları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(80). 1951-1969. DOI:10.17755/esosder.908992.
- Ünsal, A. (2011). *İstanbul’un lezzet tarihi*. İstanbul: NTV Yayınları.
- Weber, M. (1988). *The agrarian sociology of ancient civilizations*. London, Brooklyn, NY: Verso. (Orijinal eserin basım tarihi 1909)
- Weber, M. (1946). *From Max Weber: Essays in sociology*. H. H. Gerth ve C. W. Mills (Çev. ve Der.) New York: Oxford University Press.
- West, C. ve Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender & Society*, 1(2), 125–151. <http://links.jstor.org/sici?sici=0891-2432%28198706%291%3A2%3C125%3ADG%3E2.0.CO%3B2-W>
- Yenal, Z. (1996). Bir araştırma alanı olarak yeme-içme tarihi ve sosyolojisi”, *Toplum ve Bilim*, 71: 195-227.
- Yerasimos, M. (2021). *Evliya Çelebi Seyahatnamesi’nde yemek kültürü*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. (Orijinal eserin basım tarihi 2011)
- Zubaida, S. (2014) Drink, Meals and social boundaries. J. A. Klein ve A. Murcott (Der.), *Food consumption in global perspective essays in the anthropology of food in honour of Jack Goody* içinde (ss. 209-224). New York: Palgrave Macmillan.

17. Bölüm

Erişilebilir Kentler ve Mekânsal Adalet: Kentsel Planlamaya Coğrafi Bir Yaklaşım

Zeynep YILMAZ ŞİMŞEK¹

1. Giriş

Kentsel mekân, yalnızca barınma ve üretim faaliyetlerinin gerçekleştiği fiziksel bir alan değil, aynı zamanda toplumsal kaynakların, hizmetlerin ve fırsatların dağıtıldığı bir sistemdir. Bu yönüyle kent, bireylerin hangi kaynaklara, ne ölçüde ve hangi koşullarda erişebildiğini belirleyerek eşitsizliklerin mekânsal biçimde ortaya çıkmasına zemin hazırlar. Kentleşmenin küresel ölçekte ulaştığı boyut, bu tartışmayı daha da önemli kılmaktadır: Dünya nüfusunun kentlerde yaşayan oranı 1950’de %30 iken 2014’te %54’e yükselmiş. 2050’de ise %66’ya ulaşacağı öngörülmüştür (Nations, 2014). Kentsel nüfusun hızla artması, sınırlı kaynakların kent içinde nasıl dağıtılacağına ilişkin adalet sorunlarını daha belirgin hâle getirmektedir.

Bu dağıtım meselesinin odağında erişilebilirlik kavramı bulunmaktadır. Genel anlamıyla erişilebilirlik, insanların mekânlara ve fırsatlara ne ölçüde kolay ulaşabildiğini; diğer bir ifadeyle, mekân ve fırsatların nüfus tarafından ne kadar ulaşılabilir olduğunu ifade eder (Pereira, 2018). Türkçe literatürde bu kavram, bireylerin içinde bulundukları çevredeki hizmetlere, faaliyetlere ve varış noktalarına ulaşabilme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (Şekeroğlu & Öztop, 2020). Bu kapasitenin kent içinde eşit biçimde dağılmaması, erişilebilirliği salt teknik bir ulaşım sorunu olmaktan çıkararak adalet meselesi hâline getirir.

Mekânsal adalet, kent kuramında ahlaki ve siyasal bir ideal olarak değerlendirilir. Bu ideal; kaynak ve altyapının mekânsal dağılımını (dağıtıcı adalet), kentsel karar alma süreçlerinin ne ölçüde adil yürütüldüğünü (usul adaleti) ve yurttaşların kent yaşamına katılma hakkını kapsar. Kent kaynaklarının sınırlı olduğu ve kent içinde eşit dağılmadığı düşüncesi, kent hakkı tartışmalarının temel dayanaklarından biridir. Harvey, kenti insan eliyle oluşturulmuş büyük bir kaynaklar bütünü olarak tanımlar; bu kaynakların sınırlı olduğunu, bireylerin kaynaklara erişimlerinin ve bunun için katlandıkları maliyetlerin farklılaştığını vurgular. Bu nedenle kentsel mekânın yeniden üretilmesi, eğitim, sağlık, konut ve istihdam gibi olanaklara erişimin maliyetini de farklılaştırır. Kent hakkını savunan yaklaşımlar, bu kaynakların

¹ Dr. Arş. Gör., Bingöl Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü
zysimsek@bingol.edu.tr
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8349-9155>

bireylerin alım gücünden bağımsız olarak adil biçimde paylaşılması gerektiğini ileri sürer. Castells de konut, sosyo-kültürel hizmetler ve toplu taşımacılık alanlarındaki sorunları sermayenin eşitsiz dağılımıyla ilişkilendirir (akt: Yılmaz Şimşek, 2021). Bu bakımdan kent hakkı düşüncesi, kentsel mekânda eşitlik talebini ifade eder.

Kentsel olanaklara erişimdeki farklılıklar, sorunun somut boyutunu ortaya koymaktadır. Ampirik çalışmalar, erişilebilirliğin mekânda eşitsiz dağıldığını ve bu eşitsizliğin toplumsal gruplar arasındaki farklılıklarla daha da belirginleştiğini göstermektedir. Baoji kentindeki toplu taşıma sistemi üzerine yapılan analizde, erişilebilirliği yüksek grupların hareketlilik esneklikleri sayesinde nitelikli hizmetlere daha kolay ulaşabildiği belirlenmiştir. Bu durumun, mekânsal farklılaşmayı ve toplumsal eşitsizliği artıran bir “Matta etkisi” yarattığı vurgulanmaktadır (Che vd., 2026). Londra örneğinde, özel otomobil yolculuklarının en düşük maliyetli ulaşım seçeneği olmayı sürdürdüğü ve erişilebilirlik örüntülerinin ulaşım türüne göre kent genelinde farklılaştığı ortaya konmuştur (Ford vd., 2015). Tel Aviv metropoliten alanında ise otomobil ve toplu taşıma temelli erişilebilirlik düzeyleri arasındaki farklar haritalanmıştır (Benenson vd., 2010). Birlikte değerlendirildiğinde bu bulgular, erişilebilirliğin yalnızca altyapı kapasitesini yansıtan teknik bir ölçüt olmadığını; dağıtıcı adaletin değerlendirilmesine de imkân veren ölçülebilir bir gösterge niteliği taşıdığını göstermektedir.

Erişime ilişkin eşitsizlikler, dezavantajlı grupların gündelik yaşamını ve bağımsızlığını doğrudan etkileyen sonuçlar doğurmaktadır. Yaşlılar ve engelli bireyler açısından yetersiz yol altyapısı, bakımsız kaldırımlar, erişilebilir olmayan toplu taşıma durakları ve araçları ile dokunsal ve işitsel yardımcıların yetersizliği, hareket özgürlüğünü ciddi ölçüde kısıtlamaktadır (Karolemeas vd., 2026). Toplumun farklı kesimlerinin deneyimlediği ulaşım dezavantajı, kamu politikalarında öncelikli biçimde ele alınması gereken toplumsal bir sorundur (Hine & Mitchell, 2001). Engelli bireylerle gerçekleştirilen nitel araştırmalar, toplu taşıma sistemlerinin kapsayıcı olmamasının sağlık, iş, eğitim, arkadaş ve aile ziyaretleri ile boş zaman etkinliklerine yönelik yolculukların gerçekleşmesini engelleyebildiğini ortaya koymaktadır. Bulgular ayrıca toplu taşımaya erişimin ve bu hizmetlerden yararlanmanın, bireyin kimliğine, yaşadığı yere ve yolculuğun tüm aşamalarında sağlanan erişilebilirlik düzeyine bağlı olduğunu göstermektedir (Stafford & Tye, 2023).

Türkiye bağlamında da benzer bir tablo ile karşılaşmaktadır. Engelliler başta olmak üzere dezavantajlı grupların fiziki alanları kullanma özgürlüklerinin önündeki darboğazlar, ülke genelinde karşılaşılmaması muhtemel bir sorun olarak tanımlanmaktadır. Erişilebilirlik, binaların ve açık alanların ulaşım ve bilgilendirme hizmetleriyle iletişim teknolojisinin engelliler tarafından güvenli ve bağımsız olarak ulaşılabilir ve kullanılabilir olmasını ifade etmekte; engellilerin herkes gibi bağımsız

biçimde toplumsal yaşama katılmaları açısından önem taşımaktadır. TRB2 Bölgesi'nde yürütülen bir ankette katılımcıların en az %70'i yeşil alanların nitelik ve nicelik bakımından yetersiz olduğunu düşünmektedir (Kılıç & Çakay, 2014). Dahası, dezavantajlı grupların toplumsal ve mekânsal dışlanması sorunu, ulusal ölçekli planların programlarında özenle yer almasına karşın uygulamaya yansıtılamamakta; bu durum büyük ölçüde ulusal kararların yerelde içselleştirilememesinden kaynaklanmaktadır (Çakay et al., 2013). Bu gözlem, kavramsal düzeyde kabul edilen erişilebilirlik ilkeleri ile mekânsal pratik arasında ciddi bir uygulama boşluğuna işaret etmektedir.

Kentsel erişilebilirlikteki uygulama boşluğunun temel nedenlerinden biri, kavramın uzun süre yalnızca ulaşım çerçevesinde değerlendirilmesidir. Oysa kentsel erişilebilirlik, kent içindeki olanak ve kaynakların konumlarını ve mekânsal dağılımlarını da içeren, çok boyutlu ve disiplinler arası bir kavramdır. Bu kapsamlı niteliğin yeterince dikkate alınmaması, akademik araştırmaların bulguları ile planlama uygulamaları arasında belirgin bir kopukluğa neden olmuştur (Guida vd., 2022). Ulaşım odaklı çalışmalarda “eşitlik” kavramının “mekânsal adalet” kavramına kıyasla daha sık kullanılması, erişilebilirliğin dağıtımsal sorunları incelemede merkezi bir rol üstlendiğini, ancak bu incelemelerin kavramsal açıdan henüz bütünlüklü bir çerçeveye kavuşmadığını ortaya koymaktadır (Amorim vd., 2025). Bu çerçevede coğrafyanın konum, mesafe, dağılım, bağlantısallık ve mekânsal etkileşim kavramları ile Coğrafi Bilgi Sistemleri'nin sağladığı analitik olanaklar, erişilebilirliğin mekânsal adalet yaklaşımıyla değerlendirilmesine önemli katkılar sunma potansiyeline sahiptir.

Özetle, kentleşmenin giderek hız kazandığı günümüzde kentsel olanaklara erişimde gözlenen mekânsal farklılıklar, yalnızca teknik bir planlama meselesi olarak değerlendirilemez; bu farklılıklar kaynakların adil dağılımı, toplumsal katılım ve mekânsal adaletle doğrudan bağlantılıdır. Bu çalışmanın temel amacı, kentsel olanaklara erişimin mekânsal dağılımını mekânsal adalet perspektifinden inceleyen, coğrafi temellere dayalı ve uygulamaya aktarılabilir bir değerlendirme çerçevesi geliştirmektir. Bu doğrultuda çalışma, erişilebilirliği tanımlamak ve betimlemekle sınırlı kalmayıp erişim eşitsizliklerinin mekânsal kaynaklarını ortaya koymayı, bu eşitsizlikleri ölçülebilir göstergeler aracılığıyla değerlendirmeyi ve bulguları kentsel planlama süreçlerine aktarabilecek bir yöntem önermeyi amaçlamaktadır.

Bu amaca ulaşmak için çalışma, erişilebilirliğin uzun süre yalnızca ulaşım sorunu olarak ele alınmasının yol açtığı kavramsal ve uygulamaya dönük boşluğu temel almaktadır. Erişilebilirliğin ulaşım odaklı biçimde incelenmesi, mekânsal ve toplumsal boyutlarının geri planda kalmasına ve akademik bulgular ile planlama uygulamaları arasında belirgin bir kopukluk oluşmasına neden olmuştur. Coğrafi Bilgi Sistemleri'nin gelişmesi, erişilebilirlik odaklı planlama araçlarının

oluşturulmasını kolaylaştırmış ve erişilebilirlik ölçütlerinin karar alma süreçlerine nicel olarak dâhil edilmesine olanak tanımıştır (Guida vd., 2022). Bu doğrultuda çalışma, söz konusu teknik olanakları mekânsal adalet tartışmasıyla buluşturmaya; başka bir deyişle, erişilebilirliğin ölçülmesini normatif bir adalet perspektifiyle ilişkilendirmeyi amaçlamaktadır.

Çalışmanın kapsamı üç eksende tanımlanabilir. Kuramsal eksende çalışma, erişilebilir kent ve mekânsal adalet kavramlarını dağıtıcı adalet, usul adaleti ve kent hakkı tartışmaları içinde konumlandırmakta; erişilebilirliği bir altyapı kapasitesi olmanın ötesinde bir hak ve katılım meselesi olarak ele almaktadır. Yöntemsel eksende çalışma, CBS tabanlı erişilebilirlik ölçümüne dayanmaktadır. Bu tercih, erişilebilirlik ile sosyomekânsal eşitlik arasındaki ilişkinin, kamu hizmetlerine erişimin zaman-mesafe ölçütü üzerinden CBS araçlarıyla incelenebildiği ve mekânsal eşitliğin sosyal sürdürülebilirliğin temeli olarak kavramsallaştırılabildiği bir çerçeveye dayanır. Çalışmada erişilebilirliğin ölçülmesi, haritalanması ve mekânsal olarak kümelenmesi aşamalarını içeren yaklaşım izlenmektedir: ilk aşamada tesislere erişilebilirlik ölçülmekte, ardından erişilebilirlik değerleri haritalanıp mekânsal olarak kümelenmekte, son aşamada ise yüksek ve düşük erişime sahip birimlerin sosyoekonomik özellikleri karşılaştırılmaktadır.

Mekânsal eksenli çalışma, dezavantajlı bir bölgenin ve kent coğrafyasının özelliklerine odaklanmaktadır. TRB2 Bölgesi, iller düzeyinde hazırlanan “Erişilebilirlik Alt Endeksi”nde fiziki ulaşılabilirlik ve uzaktan erişim başlıklarında son sırada yer almaktadır. Bölgede toplam 2.980 km devlet yolu bulunduğu ve bu yolların %40’ının bölünmüş yol niteliği taşıdığı belirtilmektedir (Çakay vd., 2013). Van özelinde ise ulaşım sistemindeki karmaşanın giderilmesi, ulaşım planlamasının yapılması ve bu planlama doğrultusunda yeni bir eylem planının hazırlanması gerekliliği vurgulanmaktadır. Bu kapsamda yaya geçitlerinin düzenlenmesi, sesli sistemlerin kurulması ve toplu taşıma hizmetlerinin farklı engel gruplarının ihtiyaçlarını gözeterek iyileştirilmesi zorunlu görülmektedir. Ayrıca erişilebilirlik düzenlemelerinin kent merkeziyle sınırlı tutulmaması; merkezden uzak mahallelerde, kent çeperlerinde, ilçelerde ve köylerde de hayata geçirilmesi gerektiği ifade edilmektedir (Kılıç & Çakay, 2014). Bu bulgular, erişim eşitsizliklerinin hem bölgeler arası hem de kent içi ölçekte birlikte değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Bu kapsam doğrultusunda çalışma, erişilebilirliği mekânsal adaletin ölçülebilir göstergelerinden biri olarak ele almakta ve coğrafi analiz araçları ile planlama uygulamaları arasında bağlantı kuran bir değerlendirme çerçevesi geliştirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın kapsamı; bireysel hareketlilik davranışlarının mikro düzeyde modellenmesi, trafik akışı ve kapasite hesaplamaları ile ulaşım altyapısının mühendislik tasarımına ilişkin konuları içermeyecek biçimde sınırlandırılmıştır. Bu

sınırlamanın temel gerekçesi, çalışmanın ulaşım sisteminin teknik işleyişinden ziyade kentsel olanakların mekânsal dağılımına ve bu dağılımın farklı gruplar açısından yarattığı erişim avantajları ile dezavantajlarına odaklanmasıdır. Bu amaç ve kapsam çerçevesinde öncelikle erişilebilir kent, kavramsal ve kuramsal açıdan ele alınacak; ardından mekânsal adalet perspektifi ve coğrafi temelli planlama yaklaşımı ayrıntılandırılacaktır.

2. Erişilebilir Kent: Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

2.1. Kentsel Erişilebilirlik Kavramı

Erişilebilirlik, kent araştırmalarında sıkça başvurulanan kavramlardan biri olmakla birlikte, üzerinde uzlaşılması güç kavramlar arasında da yer almaktadır. Bu durum, kavramın farklı kuramsal geleneklerden beslenmesi ve çeşitli ölçüm yaklaşımlarını kapsamasıyla ilişkilidir. Erişilebilirlik üzerine bibliyometrik ve içerik analizine dayalı bir literatür incelemesinde, kavramın ilk kez Hansen tarafından ortaya konduğu ve genel olarak “bir yerden diğerine, belirli bir ulaşım türü ya da mevcut ulaşım türlerinin tümü kullanılarak faaliyetlere ulaşma kolaylığı” şeklinde tanımlandığı belirtilmektedir. Bu tanım, erişilebilirliğin yalnızca ulaşım ağlarının niteliğiyle sınırlı olmadığını; arazi kullanımını ve farklı özelliklere sahip bireyleri de içerdiğini göstermektedir. Kavramın bu çok boyutlu yapısı, ulaşım mühendisliğinden bölge coğrafyasına, halk sağlığından mekân ekonomisine uzanan çeşitli disiplinlerde merkezi bir konum edinmesini açıklamaktadır (Shi vd., 2020).

Türkçe literatürde kavram çoğunlukla erişilebilirlik karşılığıyla ve coğrafi bir vurguyla tanımlanır. Özgür'e göre erişilebilirlik, "genelde coğrafi mekân içinde mallara, hizmetlere, faaliyetlere ve gidilecek hedeflere ulaşabilme yeteneği"dir; kavram çoğu kez büyüyen arazi gelişimi, aşırı araç trafiği ve tıkanıklık durumlarında kentsel bağlamda düşünülür (Özgür, 2009). Benzer biçimde, konut ve çevresel kalite memnuniyeti üzerine yapılan bir araştırmada erişilebilirlik, "bireylerin bulundukları çevre içerisinde çeşitli hizmetlere, faaliyetlere ve gidilecek yerlere ulaşabilme yeteneği" olarak aktarılmakta; sağlık tesislerine ve toplu taşıma noktalarına erişilebilirliğin konut ve çevresinden duyulan memnuniyeti belirleyen faktörler arasında yer aldığı vurgulanmaktadır (Şekeroğlu & Öztop, 2020). Bu tanımların ortak paydası, erişilebilirliğin bir yeteneği ya da kapasiteyi ifade etmesi, yani gerçekleşmiş hareketin kendisinden farklı bir olguya işaret etmesidir.

Bu ayrım, kavramsal çerçevenin temel bileşenlerinden birini oluşturmaktadır. Martens, hareketlilik kavramının çoğunlukla insanların fiilen gerçekleştirdiği hareketleri tanımladığını vurgulayarak potansiyel hareketlilik ile gerçekleşen hareket arasında ayrım yapar. Hareketliliğin artması, kişinin daha uzun mesafeler katetmesi, daha sık yolculuk yapması ya da her iki durumun birlikte gerçekleşmesi anlamına gelir. Potansiyel hareketliliğin artması ise kişinin mekânsal mesafeleri aşma

kapasitesinin genişlemesini ifade eder; bu kapasitenin fiili yolculuklara dönüşmesi zorunlu değildir. Erişilebilirlikten farklı olarak hareketlilik, “belirli bir mekânsal konumdan hedeflere ulaşma kolaylığı”nı değil, hareketin kendisini tanımlar (Martens, 2012). Bu nedenle erişilebilirlik, ölçülebilir bir kapasite olarak hareketlilikten ayrılmakta ve bağımsız bir analitik kavram olarak ele alınabilmektedir.

Kent bağlamında bu kapasitenin işleyişi, ulaşım ile arazi kullanımı arasındaki karşılıklı bağımlılığa dayanır. Kentsel alanda bir yerden diğerine erişme isteğinin temel amaç olmasının nedeni, ulaşımın diğer tüm kentsel arazi kullanım fonksiyonlarıyla etkileşim hâlinde olması ve onların bir parçası ile tamamlayıcısı olarak işlev görmesidir; tüm arazi kullanım fonksiyonlarının bir üretim tarafı bulunduğundan, bu üretimin kentsel alanda dağıtılması fonksiyonların devamlılığı açısından hayati önem taşır ve bu fonksiyonlar için erişilebilirlik düzeyinin yüksek olması kritik bir gereksinimdir. Bu çerçevede erişilebilirlik, ulaşım ağının ve fırsatların mekânsal dağılımının bileşik bir çıktısı olarak belirir (Lahoorpoor vd., 2022).

Bu bileşik yapıyı sistematik biçimde çözen yaklaşım, erişilebilirliği dört bileşen üzerinden açıklar. Bunlar: talep özelliklerini (insanların çıkış konumları) ve arz sistemi unsurlarını (faaliyetler, işler, hizmetler) kapsayan arazi kullanımı bileşeni; ağ altyapısı ile genelleştirilmiş maliyetlerin ve yolcu talebinin bileşiminden oluşan ulaşım bileşeni; bireylerin ihtiyaçlarını, yeteneklerini ve olanaklarını (yıllık gelir, yaş, hanehalkı otomobil sahipliği vb.) dikkate alan bireysel bileşen; ve ulaşım ile faaliyet programlarını bireylerin belirli faaliyetlere katılmak için kullanabildikleri zamana eşleştiren zamansal bileşenleridir. Gerek arazi kullanımı gerekse ulaşım bileşeni arz ve talep unsurlarından oluşur ve erişilebilirlik düzeyi bu iki taraf arasındaki dengeyi göz ardı edemez (Guida vd., 2022). Van Wee ve Geurs da bireysel bileşenin, bireylerin ulaşım türlerine erişim düzeylerini (örn. araç kullanabilme, otomobil ödünç alma/kullanma) ve mekânsal olarak dağılmış fırsatlara erişimini (örn. ikametgâh yakınındaki işlere uygun nitelik ya da eğitime sahip olma) etkileyerek toplam erişilebilirlik sonucunu güçlü biçimde belirleyebileceğini belirtmektedir (Wee vd., 2011). Lucas, van Wee ve Maat ise bu bileşenleri bir gereksinim sıralamasıyla ilişkilendirir: insanların neye ihtiyaç duyduğu, faaliyet ihtiyaçlarının konumlarının nerede olduğu, oraya nasıl gidileceği ve en sonunda ne zaman gidileceği (Lucas et vd., 2015). Erişilebilirlik, dolayısıyla, mekânsal bir fırsatlar kümesinin bireysel ve zamansal filtrelerden geçerek süzölmüş hâlidir.

Bu bileşenlerin etkisi, kişi temelli ve yer temelli erişilebilirlik ayrımında belirginleşir. Literatürde erişilebilirlik, kişi erişilebilirliği ve yer erişilebilirliği olmak üzere iki biçimde ele alınmaktadır. Kişi erişilebilirliği, bireyin belirli bir konumlar kümesine erişebilme durumunu ifade eder. Yer erişilebilirliği ise bir faaliyet

konumunun belirli bir nüfus grubu ya da başka bir konumlar kümesi açısından erişilebilir olup olmadığını tanımlar. Bu bakımdan iki kavram, erişilebilirliği farklı bakış açılarından ele alan ve birbirini tamamlayan ölçütlerdir (Martens, 2012). Erişilebilirliğin bir diğer boyutu, ölçüm yöntemlerindeki çeşitliliklerdir. Konum temelli erişilebilirliği değerlendirmede en yaygın kullanılan yöntemlerden biri, belirli bir yolculuk süresi içinde bir konumdan ulaşılabilen fırsatların sayısını hesaplayan kümülatif fırsat ölçütüdür. İzokron yaklaşımı olarak da adlandırılan bu yöntem, işler ve diğer olanaklar gibi erişilebilir fırsatları önceden belirlenmiş bir zaman aralığı içinde sayar (Boisjoly & El-Geneidy, 2016; Pan vd., 2025).

İkinci yaygın yaklaşım, Hansen'in 1959'da geliştirdiği ve bölgedeki fırsatların tümünü dikkate alarak bunların erişilebilirliğini çıkış noktasından itibaren yolculuk süresine bağlı biçimde değerlendiren çekim (gravity) temelli yöntemdir (Boisjoly & El-Geneidy, 2016). Bu yöntem, fırsatların çekiciliğini (ör. mevcut iş sayısı) ve yolculuğun zaman ya da maliyet cinsinden direncini birlikte hesaba katarak kümülatif fırsat ölçütünü genişletir. Ayrıca mesafe veya maliyet arttıkça fırsatların erişilebilirlik üzerindeki etkisinin azalmasını yansıtan bir mesafe azalma fonksiyonundan yararlanır (Pan vd., 2025).

Kavramsal tartışmanın son aşamasında erişilebilirlik, algılanan ve yetenek temelli boyutlarıyla ele alınmaktadır. Hesaplamaya dayalı ölçütler, bireylerin erişilebilirlik algılarını her zaman yeterince yansıtmayabilir. Algılanan erişilebilirlik, “mekânsal olarak dağılmış fırsatlara katılma konusunda algılanan potansiyel” olarak tanımlanmaktadır. Bu ölçüt ile mekânsal verilerden hesaplanan erişilebilirlik ölçütleri arasındaki farklılıklar, yalnızca bireylerin farkındalık düzeylerindeki yanılgılardan değil, hesaplanan ölçütlerin erişilebilirliğin çeşitli bileşenlerine ilişkin öznel değerlendirmeleri kapsamamasından da kaynaklanabilir (Pot vd., 2021).

Bantis ve Haworth, bu yaklaşımı ulaşım bağlamında yetenekler çerçevesi üzerinden açıklamaktadır. Buna göre bireyler, aralarından özgürce seçim yapabildikleri bir işleyişler kümesine dönüşme potansiyeli taşıyan yeteneklere sahiptir. İşleyişler, bireyin fiilen ne yaptığına ve bunu nasıl gerçekleştirdiğine karşılık gelir; gerçekleşmiş işleyişler ise fiili yolculuk davranışı ve faaliyetlere katılım biçiminde gözlemlenebilir. Bu nedenle işleyişlerin ölçülmesi görece kolayken bireylerin yeteneklerinin ölçülmesi çok daha güçtür (Bantis & Haworth, 2020).

Erişim eşitsizliğinin kavramsal açıdan çok katmanlı yapısı, konut ve çevre memnuniyeti gibi öznel değerlendirmelere de yansımaktadır. İzmir'in kent çeperlerinde yer alan az katlı konut topluluklarında gerçekleştirilen bir araştırmada, farklı hizmet ve kurumlara erişime yönelik memnuniyet puanlarının belirgin biçimde değiştiği saptanmıştır. Açık yeşil alanlar, parklar ve gezinti-dinlenme alanlarına erişim en düşük ortalama puanı almıştır. Bunu sırasıyla alışveriş yerleri ile eğlence ve yeme-içme alanlarına, güvenlik kurumlarına, sağlık kurumlarına, spor alanlarına,

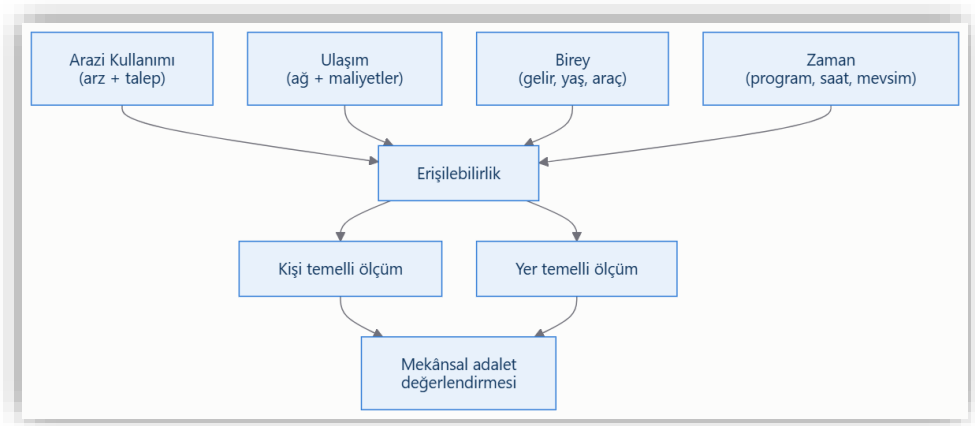
postane, banka ve dini yapılara ve eğitim kurumlarına erişim izlemektedir. Araştırmada ayrıca, kent merkezine ve çeşitli servislere kolay erişimin ve ulaşım olanaklarının kendileri için etkili olduğunu belirten hanelerin oranı %57,1 olarak belirlenmiştir. Bu unsurları orta düzeyde etkili bulanların oranı %30,2, etkisiz bulanların oranı ise %12,7'dir (Akyol Altun, 2010). Bulgular, erişilebilirliğin yalnızca ölçülebilir bir kapasite olmadığını; bireylerin kent yaşamına ilişkin değerlendirmelerini biçimlendiren öznel bir deneyim niteliği de taşıdığını ortaya koymaktadır.

Kentsel erişilebilirlik, arazi kullanımı, ulaşım, birey ve zaman bileşenlerinin karşılıklı etkileşimiyle şekillenen çok boyutlu bir kavramdır. Hareketlilikten ve potansiyel hareketlilikten farklı olarak erişilebilirlik, kişi ya da yer temelli biçimde değerlendirilebilir; kümülatif fırsat, çekim ve zaman-mekân ölçütleri gibi çeşitli yöntemlerle ölçülebilir. Bu çok boyutlu yapı, erişilebilirliğin mekânsal adalet tartışmalarındaki önemini de ortaya koymaktadır. Nitekim hangi bileşenlerin ve ölçütlerin dikkate alındığı, kimin hangi kentsel fırsatlara erişebildiğine ilişkin değerlendirmelerin kapsamını belirler.

2.2. Erişilebilirliğin Boyutları ve Belirleyicileri

Erişilebilirliğin kavramsal çok boyutluluğu, ölçülebilir bir olgu olarak hangi unsurlardan beslendiği sorusunu doğurur. Bu sorunun yanıtı, kavramın hem yapısal boyutlarını (erişilebilirliği üreten bileşenler) hem de belirleyicilerini (bu bileşenlerin mekânsal ve toplumsal olarak nasıl farklılaştığını) birlikte ele almayı gerektirir.

Şekil 1. Mekânsal adalet odaklı planlamada coğrafi kavramlardan plan kararna geçiş zinciri.



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bileşenlerin yapısal çerçevesi. Erişilebilirliğin kent içindeki eşitsiz dağılımını açıklamak üzere dört temel bileşen tanımlanmaktadır. İlk bileşen olan arazi kullanımı, insanların başlangıç konumları gibi talep unsurlarının yanı sıra çalışma alanındaki faaliyetleri, işleri ve hizmetleri kapsayan arz yapısını içerir. İkinci bileşen ulaşım sistemidir; bu bileşen ağ altyapısını ve geliştirilmiş ulaşım maliyetlerini arz yönüyle, yolcu ve yük talebini ise talep yönüyle ele alır. Üçüncü bileşen, bireylerin ihtiyaçlarını, yeteneklerini ve olanaklarını dikkate alır; yıllık gelir, yaş ve hanehalkının otomobil sahipliği bu kapsamda değerlendirilen değişkenlere örnektir. Dördüncü bileşen olan zaman ise ulaşım ve faaliyet programları ile bireylerin belirli faaliyetlere katılmak için kullanabildikleri süre arasındaki ilişkiyi ifade eder. Erişilebilirlik araştırmalarında yaygın biçimde benimsenen bu dört bileşenli çerçeve, erişim temelli planlamada yolcuların arzu ettikleri faaliyetlere ya da konumlara ulaşma kapasitelerini değerlendirmek için de kullanılmaktadır (Guida vd., 2022).

Şema, bileşenlerin karşılıklı bağımlılığını ortaya koymaktadır. Arazi kullanımı ve ulaşım bileşenlerinin her ikisi de arz ve talep unsurlarından oluştuğundan, erişilebilirlik düzeyinin belirlenmesinde bu iki taraf arasındaki ilişki göz ardı edilemez. Arz: kentsel sistem genelinde dağılan faaliyetlerin sayısını ve hizmet düzeyini, toplu taşıma olanaklarını ve yaya altyapısını kapsar. Talep ise her iki bileşen bakımından kent sakinlerinden ve bu kişilerin hareketlilikleri ile sosyal ve ekonomik sermayelerinden kaynaklanır. Bu bağlamda bireysel bileşen, kentlilerin ihtiyaçlarının ve sosyo-ekonomik olanaklarının biçimlenmesinde temel bir rol oynar. Zamansal bileşen de hizmet ve kaynakların mevcudiyetindeki ve dağılımındaki değişimleri gün içindeki ve mevsimsel farklılıklar dâhil modellemek açısından önem taşır. Bileşenlerin bu karşılıklı etkileşimi, erişilebilirlik ölçütlerinin talep yönlü unsurları, nüfusun dağılım örüntülerini, davranışsal boyutları ve bireysel kabiliyetleri gibi karmaşık kentsel olguları dikkate almasını gerektirir (Şekil 1).

Kullanılan ulaşım türü, erişilebilirlik düzeyini belirleyen başlıca etmenlerden biridir. Özel otomobil ve toplu taşıma temelli erişilebilirlik arasındaki farklılıklar, çevresel etkiler ve ulaşımında eşitlik açısından önem taşımaktadır. Çağdaş kentlerde otomobil kullanımı genellikle daha yüksek erişilebilirlik sağlasa da otomobile erişim, maliyetler, yasal gereklilikler ve fiziksel yeterlilikler gibi etkenler nedeniyle herkes için mümkün değildir. Tel Aviv metropoliten alanında gerçekleştirilen analizde, otomobil ve toplu taşıma temelli erişilebilirlik arasındaki farkların önceki çalışmalarda bildirilenlerden daha büyük olduğu saptanmıştır. Araştırmacılar, bu farkı toplu taşıma sisteminin daha yetersiz olmasından ziyade, toplu taşıma yolculuklarının daha ayrıntılı biçimde modellenmesine bağlamıştır (Benenson vd., 2010).

Arazi kullanımı ve hizmetlerin mekânsal dağılımına dayalı belirleyiciler. Erişilebilirliği biçimlendiren ikinci belirleyici grubu, kentsel fırsatların mekândaki

dağılımıyla ilişkilidir. Şanghay'daki kentsel parklara erişimin sosyal eşitliğini inceleyen çalışma, park erişiminin sosyal gruplar arasında belirgin biçimde farklılaştığını ortaya koymaktadır. Şanghay'da yüksek park erişimine sahip bölgelerde göçmen nüfusun payı önemli ölçüde daha yüksekken, yerli sakinlerin oranı park erişiminin düşük olduğu mahallelerde daha fazladır. Bu bulgular, erişilebilirlik eşitsizliğinin yalnızca genel gelir düzeyiyle değil, hanehalkı bileşimi ve yaş yapısı gibi demografik özelliklerle de ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, literatürde bu ilişkinin yönüne dair farklı sonuçlar bildirilmiştir. Talen'in Pueblo ve Macon kentlerini inceleyen çalışması, etnik azınlıkların park erişiminin daha düşük olduğu bölgelerde yaşama olasılığının daha yüksek olduğunu göstermiştir. Erkip'in Ankara'da yürüttüğü araştırma, parklara ve rekreasyon tesislerine erişimin büyük ölçüde bireylerin gelir düzeyine bağlı olduğunu ortaya koymuştur. Jones ve arkadaşları ise Birmingham'da sosyo-ekonomik yoksunlukla bağlantılı arz farklılıklarına ilişkin bulgular sunmuştur (Xiao vd., 2016).

Sosyo-ekonomik ve bireysel belirleyiciler bakımından erişilebilirliğin bireysel düzeydeki belirleyicileri, kent içindeki eşitsizlikleri derinleştirebilmektedir. Buenos Aires metropoliten alanında yürütülen bir çalışma, erişilebilirliğin hem bağlamsal hem de bireysel etmenlerce şekillendiği varsayımından hareketle toplu taşıma arzının niteliği ve düzeyi, sosyal dışlanma ve istihdam olanaklarına erişim arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada, sosyo-ekonomik yoksunluğun, istihdam olanaklarına sınırlı erişim, düşük hareketlilik ve yetersiz ulaşım arzıyla birlikte görüldüğü dezavantajlı kentsel alanları belirlemek amacıyla, iş olanaklarına erişimdeki eşitsizlikleri yansıtan bileşik bir indeks önerilmiştir (Pucci vd., 2019).

Bu belirleyici kümesinin en incelikli boyutunu öznel ve bilişsel etmenler oluşturmaktadır. Mekânsal ve ulaşım ilişkili verilere dayalı hesaplamalar, erişilebilirliğin bireyler tarafından fiilen nasıl deneyimlendiğini ancak dolaylı biçimde yansıtır; bu nedenle ölçülen erişilebilirlik, deneyimin kendisinden ziyade onun bir göstergesi olarak değerlendirilmelidir. Erişilebilirlik deneyimindeki farklılıklar, yaş, cinsiyet ve gelir gibi sosyo-demografik özelliklerle ilişkili kişisel kabiliyetlerden, tutumlardan ve coğrafi ve sosyal bağlamdan kaynaklanır. Mekânsal yön bulma becerileri de dâhil olmak üzere kişisel kabiliyetler, bireylerin bilgiyi edinme ve yorumlama biçimlerini etkiler. Örneğin bazı kişiler haritaları yorumlama, çevrimiçi yolculuk planlayıcılarını kullanma, mesafeleri tahmin etme ve yolculuk sırasında karşılaşılan fırsatları fark ederek yönleri hatırlama konusunda diğerlerinden daha başarılı olabilir. Benzer biçimde, yüksek yolculuk maliyetleri bireyleri farklı ölçülerde etkileyebilir; belirli faaliyet konumlarının uygulanabilir olarak algılanması ise bu konumlara ve ulaşım seçeneklerine ilişkin tutum ve tercihlere bağlıdır. Ulaşım türlerine yönelik tutumlar ve hangi faaliyet örüntülerinin mümkün görüldüğü, kısmen coğrafi ve/veya sosyal bağlam ile bireyin bu bağlam içindeki konumuna göre

şekillenir. Ülkeler, yerel topluluklar ve haneler gibi farklı ölçeklerde etkili olan sosyal çevre, belirli yolculuk türleri ve faaliyet konumlarına ilişkin deneyimler hakkında bilgi sağlayarak kişisel tutumların biçimlenmesine katkıda bulunabilir (Pot vd., 2021).

Yetenek ve dönüşüm temelli belirleyiciler: Bu tartışmanın son boyutu, bireyin mevcut kaynakları erişilebilir fırsatlara dönüştürme kapasitesidir. Erişilebilirliği bileşik bir yetenek olarak ele almak, bireyin ulaşım sistemini kullanabiliyor olmasının hedeflediği yerlere ulaşabilmesini tek başına garanti etmediğini gösterir. Bu kapasite; zaman ve bütçe kısıtlarının yanı sıra arazi kullanım örüntülerine, ulaşım ağının kentsel hedeflerin mekânsal dağılımına göre yapılanmasına ve bağlantılarına, ayrıca hizmet sıklığı, güvenilirlik ve hız gibi ulaşım sistemi performansı unsurlarına bağlıdır. Bu çerçevede işleyişler, bireyin fiilen ne yaptığını ve bunu nasıl gerçekleştirdiğini ifade eder. Fiilî yolculuk davranışı ve faaliyetlere katılım, gerçekleşmiş işleyişlerin göstergeleri olduğundan görece kolay ölçülebilirken yeteneklerin ölçümü çok daha güçtür (Pereira vd., 2016). Ayrıca yaşanan nüfus gibi belirli birey profillerini dikkate alan mesafe azalma fonksiyonlarının modele dâhil edilmesi, yaşlanmayla değişen hareketlilik sermayesinin daha kapsamlı biçimde temsil edilmesini sağlar. Farklı kentsel bağlamlarda yürütülen doğrulama çalışmaları da faaliyet sistemlerine yönelik yönetim stratejilerinin erişilebilirlik algısını önemli ölçüde etkileyebileceğine işaret etmektedir (Guida vd., 2022). Dolayısıyla erişilebilirliğin belirleyicileri yalnızca kentin fiziksel yapısında değil, bireylerin bu yapıdan yararlanma ve onu fırsatlara dönüştürme koşullarında ve faaliyet sistemlerinin yönetim biçiminde de aranmalıdır.

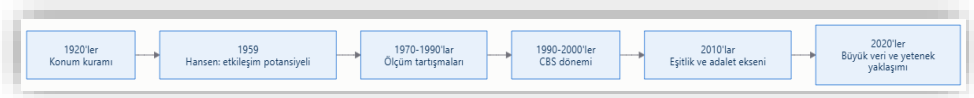
Erişilebilirliğin belirleyicileri dört temel katmanda ele alınabilir. Arazi kullanımı katmanı, fırsatların mekânsal dağılımını ve hizmet arzını; ulaşım katmanı, ağ yapısını, ulaşım türlerini, yolculuk süresi eşiklerini ve genelleştirilmiş maliyetleri kapsar. Bireysel katmanda gelir, araç sahipliği, yaş, kişisel kabiliyetler ve tutumlar ile yoksunluğun birikimli etkisi öne çıkar. Zaman katmanı ise faaliyet programlarını ve gün içi ve mevsimsel değişkenlikleri içerir. Bu belirleyiciler, ölçüm yöntemlerinin seçiminden kentsel hizmetlerin dağılımına ve bireylerin mevcut kaynakları erişilebilir fırsatlara dönüştürme kapasitelerine kadar uzanan çeşitli süreçlerde eşitsizliklerin oluşumunu etkiler.

2.3. Erişilebilir Kent Yaklaşımının Gelişimi

Erişilebilirlik, günümüzde kent planlamasının temel kavramları arasında yer alsa da bu konuma kısa sürede ulaşmamıştır. Kavramın tarihsel gelişimi, konum kuramı ve bölgesel ekonomi alanlarındaki erken kullanımlarından başlayarak ulaşım planlaması içinde nicel bir ölçüte dönüşmesini; bilgi işlem kapasitesi ile coğrafi analiz araçlarındaki ilerlemeler sayesinde planlama uygulamalarına dâhil edilmesini

ve son olarak toplumsal eşitlik ile mekânsal adalet tartışmalarıyla bütünleşmesini kapsar. Bu bölümde söz konusu gelişim aşamalı biçimde incelenerek erişilebilir kent yaklaşımının tarihsel birikim içinde nasıl biçimlendiği ele alınmaktadır (Şekil 2).

Şekil 2. Erişilebilirlik kavramının kuramsal ve yöntemsel gelişim çizgisi (1920'ler–2020'ler).



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Erişilebilirlik kavramının düşünsel kökenleri, ulaşım planlamasıyla ilişkilendirilmesinden daha eskiye uzanmaktadır. Batty, kavramın izlerini 1920'lere, konum kuramı ve bölgesel ekonomik planlama alanlarındaki kullanımlarına kadar sürmektedir. Erişilebilirlik, ulaşım planlamasının gelişmesiyle, özellikle Kuzey Amerika'da önem kazanmıştır; ulaşım ağları ve yolculukların dağılım örüntüleriyle ilişkilendirilmiştir. Kavramın kuramsal temeli ise daha eskiye uzanır: Hansen'in klasik çalışmasında "etkileşim potansiyeli" olarak tanımlanan erişilebilirlik, kökeni 19. yüzyıldaki sosyal fizik okuluna dayanan potansiyel kavramıyla ilişkilidir (Geur vd., 2012). Bibliyometrik incelemeler de bu tarihsel çerçeveyi desteklemekte ve erişilebilirliğin Hansen'in çalışmasıyla alanyazında tanımlandığını ve "belirli bir ulaşım türü ya da mevcut ulaşım türlerinin tümü kullanılarak, bir yerden diğerine faaliyetlere ulaşma kolaylığı" biçiminde ele alındığını belirtmektedir (Shi vd., 2020).

1970'lerden 1990'lara uzanan dönem, erişilebilirliğin fiziksel planlamanın temel kavramlarından biri olarak yerleştiği ve ölçüm yöntemlerine ilişkin tartışmaların yoğunlaştığı bir evreyi temsil etmektedir (Rowangould vd., 2024). Bu dönemde erişilebilirlik, alanın merkezî kavramlarından biri hâline gelmiş ve politika değerlendirmelerinde işlevsel bir araç olarak kabul edilmiştir (Xiao vd., 2016). Erişilebilirlik ölçümüne ilişkin çalışmalar da çeşitlenmiş; ölçütler matematiksel formülasyonları, kavramsal anlamları ve yorumlanma biçimleri temelinde sınıflandırılmaya başlanmıştır (Rowangould vd., 2024). Böylece erişilebilirlik, yalnızca tanımlanan kuramsal bir kavram olmaktan çıkarak uygulamaya dönük biçimde analiz edilebilir bir olguya dönüşmüştür.

Erişilebilir kent yaklaşımının gelişimindeki en belirleyici kırılma, planlamanın odağının bireysel hareketlilikten erişilebilirliğe kaymasıdır. Kentsel erişilebilirlik sorunu, uzun yıllar boyunca kent ve bölge yönetimindeki politika yapıcılar ve ilgili aktörler tarafından, bir kent alanı içindeki olanakların ve kaynakların konumlanışını ve dağılımını kapsayan disiplinler arası bir konu olarak değil, ulaşım ile ilgili bir

problem olarak incelenmiştir. Bu dar çerçeve, kentsel erişilebilirlik paradigmasının karmaşık ve çok disiplinli niteliğiyle birlikte değerlendirildiğinde, akademik bulgular ile gerçek dünya planlama pratiği arasında belirgin bir kopukluğa yol açmıştır (Guida vd., 2022).

Yaklaşımın gelişimindeki ikinci önemli kırılma, coğrafi analiz araçlarının planlama süreçlerine dâhil edilmesiyle yaşanmıştır. Scopus veri tabanında “kentsel erişilebilirlik” anahtar sözcüğüyle seçilen yaklaşık 6.000 belgeyi inceleyen ve 1959-2020 dönemini kapsayan sistematik literatür taraması, bilimsel üretimin uzun süre kuramsal ağırlıklı seyrettiğini ortaya koymaktadır. Bu durum büyük ölçüde erişilebilirlik ölçütlerinin hesaplanması ve karar alma süreçlerinde kullanılmasındaki güçlüklerle ilişkilidir. Coğrafi Bilgi Sistemlerinin gelişmesi, erişilebilirlik odaklı planlama araçlarının uygulamaya aktarılmasını kolaylaştırmış ve bu amaçla çeşitli ticari yazılımlar geliştirilmiştir (Guida & Caglioni, 2020). CBS’nin katkısı teknik olanaklarla sınırlı kalmamıştır: kamu hizmetlerine erişimin zaman-mesafe ölçütleri üzerinden değerlendirilmesini mümkün kılarak erişilebilirliği sosyo-mekânsal eşitlik incelemelerinin konusu hâline getirmiş; mekânsal eşitliğin sosyal sürdürülebilirliğin temel bileşenlerinden biri olarak ele alınmasına katkıda bulunmuştur. Bu gelişmeler, erişilebilirliğin sürdürülebilir ulaşım, arazi kullanımı ve mekânsal planlama stratejilerinin oluşturulmasındaki öneminin giderek daha fazla kabul görmesiyle de ilişkilidir.

Yaklaşımın en güncel aşaması, erişilebilirliğin dağıtıcı adalet tartışmasıyla eklemlenmesidir. Ulaşım ve hareketlilikte eşitlik ile adalet üzerine 759 bilimsel makalenin bibliyometrik ve ağ analiziyle incelendiği bir çalışma, bilimsel üretimde 2013’ten itibaren artan bir eğilim olduğunu ve anahtar kelime kullanımındaki yönelimlerin ve tematik analizin odağının çevresel eşitlikten kentsel ulaşım, tıkanıklık ve erişilebilirliğe kaydığını ortaya koymaktadır. Küme analizleri erişilebilirlik, hareketlilik, toplumsal boyutlar, ulaşım ve mekânsal eşitlik, çevresel adalet, ulaşım planlaması ve yöntemsel değerlendirmeler gibi odak noktalarını öne çıkarmaktadır (Ruiz-Perez vd., 2023). Kurumların ve politikaların toplumsal eşitsizlikler üzerindeki dağıtıcı etkilerini merkeze alan adalet kuramı da bu eksenle kentsel planlamanın temel bir bileşeni olarak yer almaktadır (Pereira, 2018). Böylece erişilebilirlik, teknik bir ölçüt olmanın ötesinde, kaynakların adil dağıtımını değerlendirmeye imkân veren normatif bir gösterge niteliği kazanmıştır.

Yaklaşımın son dönemdeki gelişimi, veri üretim biçimlerindeki dönüşümle yakından ilişkilidir. Avrupa ulaşım ve iletişim araştırmaları gündemine ilişkin bir değerlendirme, erişilebilirlik analizinde büyük veri kullanımına yönelik son üç yılda beliren eğilimin hızla güçlendiğini ve erişilebilirlik analizi ile uygulamalarının standart yaklaşımlarının bir parçası hâline geldiğini belirtmektedir. GPS, akıllı telefonlar, kredi kartları, ulaşım akıllı kartları, sosyal medya paylaşımları ve yeni

hareketlilik hizmeti sağlayıcıları biçimindeki bilgi ve iletişim teknolojileri, erişilebilirlik analizi için değerli bir girdi oluşturan büyük miktarda konum verisi üretmektedir (Geurs & Macharis, 2019). Bu teknolojik birikim, erişilebilirliğin yalnızca mekânsal değil zamansal boyutunun da ölçülebilmesine imkân tanıyarak yaklaşımın çözümlülüğünü artırmaktadır.

Türkiye’de erişilebilirliğin kurumsal gelişimi, öncelikle engellilik ve hak temelli yaklaşım çerçevesinde şekillenmiştir. 2005 yılında yürürlüğe giren 5378 sayılı Engelliler Hakkında Kanun’un 1. maddesi, engelli bireylerin temel hak ve özgürlüklerden yararlanmasını güvence altına almayı, doğuştan sahip oldukları onura saygıyı pekiştirmeyi ve toplumsal yaşama diğer bireylerle eşit koşullarda tam ve etkin katılımlarını sağlayacak düzenlemeleri öngörmektedir. Bu çerçevede erişilebilirlik, binaların ve açık alanların yanı sıra ulaşım, bilgilendirme ve iletişim teknolojilerinin engelli bireyler tarafından güvenli ve bağımsız biçimde kullanılabilmesi olarak tanımlanmıştır (Kılıç & Çakay, 2014).

Erişilebilirlik yaklaşımının mekânsal planlamaya aktarılması ise kesintisiz ve tutarlı bir gelişim göstermemiştir. Fırsat eşitliğinin yerleşmesi, toplumun her bireyin kenti kendi iradesiyle ve başkasının yardımına ihtiyaç duymadan kullanma hakkını tanınmasına bağlıdır. Üst ölçekli planlarda bu ilkeye özenle yer verilmesine karşın, dezavantajlı grupların toplumsal ve mekânsal dışlanması devam etmektedir. Bu süreklilik, ulusal düzeyde alınan kararların yerel ölçekte yeterince benimsenememesi ve uygulama projelerine yansıtılamamasıyla ilişkilidir (Çakay et al., 2013).

Yukarıda değerlendirilen gelişmeler, erişilebilir kentin tek bir boyuta indirgenemeyeceğini göstermektedir. Erişilebilirlik, yalnızca fiziksel ulaşılabilirliği değil, kentsel hizmetlerin, fırsatların ve kaynakların mekânsal dağılımının bireylerin bunlara erişme olanaklarını adil biçimde desteklemesini de içerir. Bu yaklaşım üç temel bileşen çerçevesinde ele alınabilir. İlk bileşen kapasitedir: Erişilebilirlik, bireylerin içinde bulundukları çevredeki hizmetlere, etkinliklere ve varış noktalarına ulaşabilme yetisini ifade eder (Şekeroğlu & Öztop, 2020). İkinci bileşen kapsayıcılıktır. Akıllı teknolojilere geçişin hız kazandığı günümüzde erişilebilirlik, özellikle yaşlılar ve engelliler gibi farklı hareketlilik gereksinimlerine sahip gruplar için toplumsal içermenin, eşitliğin ve yaşam kalitesinin temel koşullarından biri olmayı sürdürmektedir (Karolemeas vd., 2026). Üçüncü bileşen adalettir. Bu doğrultuda erişilebilir kent, kamu hizmetlerine erişimin zaman-mesafe ölçütüyle değerlendirildiği ve mekânsal eşitliğin sosyal sürdürülebilirliğin temel unsurlarından biri olarak kabul edildiği kent olarak tanımlanabilir (Garrido, 2018). Üç bileşen birlikte ele alındığında, erişilebilir kent, kentsel olanaklara erişimdeki mekânsal farklılıkları azaltmayı hedefleyen ve ölçülebilir erişim kapasitesini normatif bir adalet ilkesiyle bütünleştiren planlama yaklaşımını ifade eder. Bu tanım, izleyen bölümlerde erişilebilirliğin neden bir adalet meselesi olduğunun ve coğrafi temelli

planlama yaklaşımının bu adalet idealini uygulamaya nasıl aktarabileceğinin tartışılmasına zemin hazırlamaktadır.

3. Mekânsal Adalet Perspektifinden Kentsel Erişilebilirlik

3.1. Mekânsal Adalet ve Kent Hakkı

Mekânsal adalet, kent kuramında kaynak ve altyapının mekânsal dağılımını (dağıtıcı adalet), kentsel karar alma süreçlerinin adillliğini (usul adaleti) ve yurttaşların kent yaşamına katılım hakkını kapsayan ahlaki ve siyasal bir ideal olarak tanımlanmaktadır (Nelson vd., 2025). Kavramın kent araştırmalarında belirginleşmesi, özellikle 1960’larda ve 1970’lerde yaşanan kentsel ayaklanmaların ardından gerçekleşmiştir. Bu dönemde sol eğilimli akademisyenler adalet kavramını açıkça tanımlamasalar da çalışmalarına ahlaki bir boyut kazandırmışlardır. Henri Lefebvre’in mekânı toplumsal olarak üretilen bir olgu şeklinde ele alan ve tüm grupların “kent hakkı”na sahip olması gerektiğini savunan yaklaşımı bu tartışmalarda etkili olmuştur. 1990’larda adalet kavramı daha açık biçimde ele alınmaya başlanmış; iletişimsel rasyonalite, çeşitliliğin tanınması ve adil kent ve mekânsal adalet olmak üzere üç temel yaklaşım öne çıkmıştır. Fainstein, demokrasi, çeşitlilik ve eşitliği kentsel adaletin yönlendirici ilkeleri olarak tanımlarken bu ilkeler arasındaki gerilimlere de dikkat çekmektedir. Yapısal dönüşümün belediye ölçeğinde gerçekleştirilemeyeceğini, ancak kentsel politika söyleminin rekabetçilikten adaletle yönelmesinin kent sakinlerinin yaşam kalitesini artırabileceğini vurgulamaktadır (Fainstein, 2013). Bu yaklaşım, mekânsal adaletin yalnızca kaynakların dağılımıyla değil, aynı zamanda karar alma süreçleri ve kentsel politika söylemiyle birlikte değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Kent hakkı, mekânsal adalet düşüncesinin temel kuramsal dayanaklarından biridir. Lefebvre, 1968’de yayımlanan “Kent Hakkı” adlı eserinde bireylerin kentsel mekânları değerlendirme, tanıma ve kullanma hakkını ortaya koymuştur. Bu nedenle kent hakkı, mevcut kentsel kaynaklara erişimin yanı sıra kentsel mekânın üretimine katılımı ve bu üretimin toplumsal niteliğini de kapsar. Sol eğilimli kent araştırmacılarının geliştirdiği bu yaklaşım, belirli bir bölge üzerindeki siyasal ve ekonomik etkileri sınırlamayı hedefler; bu doğrultuda kent sakinlerinin katılımının yanı sıra mekânın kamulaştırılması olasılığını da gündeme getirir (Jankauskaite-Jureviciene, 2022). Dolayısıyla kent hakkı, mekânsal adaletin dağıtımsal boyutunun ötesine geçerek kentsel mekânın dönüşümüne yönelik kolektif bir talep niteliği taşır.

Mekânsal adaletin kent hakkından ayrı bir kavram olarak kuramsal açıdan belirginleşmesi, 1970’lerden itibaren kent planlaması tartışmalarında halkın kentin oluşumuna katılımının öne çıkmasıyla ilişkilidir (Jankauskaite-Jureviciene, 2022). Bu süreçte kavram, kent hakkı, adalet kuramı, toplumsal adalet ve adil kent yaklaşımlarının birlikte değerlendirilmesiyle tanımlanmıştır. Bu çerçevede mekânsal

adalet; eğitim, istihdam, ulaşım, sağlık ve konut gibi toplumsal açıdan değer atfedilen kaynakların, herkesin bu kaynaklara yeterli düzeyde erişebilmesini sağlayacak biçimde mekânda dağıtılmasını ve dezavantajlı grupların bu dağılımdan en son değil, öncelikli olarak yararlanmasını ifade eder. Bu anlayışın planlama politikalarına, planlara ve çerçevelere yansıtılması; çeşitliliğin, demokrasinin ve eşitliğin yanı sıra liyakat veya ihtiyaç temelinde adil bir dağıtımın gözetilmesini gerektirir (Adegeye & Coetzee, 2018).

Kavramın kuramsal inceliği, adalet tartışmasındaki bazı ayrımların yeterince dikkate alınmamasından kaynaklanan yönetsel güçlükler barındırır. Moroni, adil kent tartışmasının sürdürülebilmesi için üç konuya dikkat edilmesi gerektiğini belirtir: (a) adaletin ilk öznesi olarak kentsel kurumlar, (b) toplumsal adalet ile dağıtıcı adalet arasındaki tam olmayan örtüşme ve (c) adalet kavramı ile adalet kavrayışları arasındaki ayrım (Moroni, 2019). Bu ayrımlar, mekânsal adaletin yalnızca kaynakların mekândaki dağılımına indirgenemeyeceğini, kurumsal yapıların, süreçlerin ve farklı adalet yorumlarının da değerlendirmeye dâhil edilmesi gerektiğini gösterir.

Kent hakkı ve mekânsal adalet tartışmaları, kentsel kaynakların eşitsiz dağılımında somutlaşmaktadır. Kent, insan eliyle oluşturulmuş kapsamlı bir kaynaklar bütünü olmakla birlikte bu kaynaklar sınırlıdır ve kent içinde adil biçimde dağılmamaktadır. Bu durum, bireylerin kaynaklara erişimini ve erişim için üstlendikleri maliyetleri farklılaştırmaktadır. Kentsel mekânın yeniden üretilmesiyle eğitim, sağlık, konut ve istihdam gibi olanaklara erişmenin maliyeti de değişmektedir (Yılmaz Şimşek, 2021). Kaynakların eşitsiz paylaşımı, bu yönüyle doğrudan bir toplumsal adalet sorunudur. Nitekim kentin çeperlerinde gelecekteki kentsel gelişme için kullanılabilecek alanların üst gelir gruplarının lüks yaşam biçimlerine ayrılması, alt gelir gruplarına yönelik sosyal konut üretimi olanaklarını daraltmaktadır. Bu durum, kent hakkının yalnızca mevcut kaynaklardan yararlanmayı değil, gelecekteki kentsel gelişmenin yönünü belirleyen kolektif karar süreçlerine katılımı da içerdiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, mekânsal adalet ve kent hakkı, kentsel erişilebilirliğin normatif çerçevesini oluşturur. Kent hakkı, erişilebilirliği bir hak ve kentsel yaşama katılım meselesi olarak ele alırken mekânsal adalet, kaynakların mekânsal dağılımını, bu dağılıma ilişkin süreçleri ve adaletin farklı yorumlarını birlikte değerlendirmeyi gerektirir. Bu iki kavramsal çerçeve, erişilebilirliğin yalnızca teknik bir ulaşım ölçütüne indirgenemeyeceğini ve kentsel olanakların mekânsal dağılımının hangi ilkeler temelinde değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koyar.

3.2. Kentsel Olanakların Mekânsal Dağılımı

Mekânsal adalet ve kent hakkı tartışmaları, kentsel erişilebilirliğin normatif çerçevesini ortaya koymaktadır. Bu çerçevenin somut analizlere aktarılması ise kentsel olanakların mekânda nasıl dağıldığının incelenmesini gerektirir. Eğitim ve sağlık hizmetleri, istihdam, toplu taşıma ve yeşil alanlar, toplumsal açıdan değer atfedilen olanaklar arasında yer alır. Soja, mekânsal adaleti toplumsal olarak değer verilen kaynakların ve bu kaynaklardan yararlanma fırsatlarının mekânda adil ve eşitlikçi biçimde dağıtılması olarak tanımlar (Adegeye & Coetzee, 2018). Erişilebilirlik, insanların mekânlara ve fırsatlara ne ölçüde kolay ulaşabildiğini ifade ettiğinden olanakların mekânsal dağılımı erişilebilirliğin başlıca belirleyicilerinden biridir. Bu doğrultuda dağılım, kentsel erişilebilirliğin mekânsal düzlemdeki karşılığını oluşturur ve adalet değerlendirmesinin öncelikli somut inceleme alanlarından biri olarak ele alınabilir.

Kentsel olanaklar mekânda eşit ve homojen biçimde dağılmamaktadır. Altyapı hizmetlerinin sağlanmasından kaynaklanan yarar ve maliyetler kentsel bölgeler arasında farklılaşmakta; toplu taşımaya erişim, çevresel kalite, kentsel ısı adalarının etkisi ve sağlık hizmetlerinden yararlanma gibi alanlarda belirgin eşitsizlikler görülmektedir. Eşitsiz dağılım tek başına her durumda bir sorun olarak değerlendirilmese de toplumsal dışlanma gibi olumsuz sonuçlarla ilişkilendirilmektedir (Nelson vd., 2025). Bu dağılımın mekânsal örüntüsü, özellikle kentin çeperlerinde belirginleşmektedir. Kentin gelecekteki gelişimi için kullanılabilecek çeper alanlarının üst gelir gruplarının lüks yaşam biçimleri doğrultusunda kullanılması, alt gelir gruplarına yönelik sosyal konut projelerinin hayata geçirilme olasılığını azaltmaktadır (Akyol Altun, 2010). Benzer şekilde, açık ve yeşil alanların, alışveriş mekânlarının ve diğer sosyal donatıların kent genelinde dengeli biçimde dağıtılması ve farklı kullanıcı gruplarının bu alanlara erişiminin sağlanması gerekmektedir. Aksi hâlde kentin sosyoekonomik açıdan keskin biçimde ayrışması riski artmaktadır. Dolayısıyla kentsel olanakların dağılımı, yalnızca hizmet sunumuna ilişkin bir mesele değil, kentin toplumsal yapısını biçimlendiren temel süreçlerden biridir.

Olanakların mekânsal dağılımı, erişilebilirliğin oluşumunda ulaşım ağıyla etkileşim içindedir. Kentsel erişilebilirlik uzun süre yalnızca ulaşım ile ilişkili bir sorun olarak ele alınmış; kentsel alanlardaki olanak ve kaynakların konumunu ve dağılımını da kapsayan çok boyutlu niteliği yeterince dikkate alınmamıştır (Guida vd., 2022). Oysa erişilebilirlik, dağıtımsal eşitsizliklerin değerlendirilmesinde temel bir kavramdır. Kamu hizmetlerine erişimin zaman ve mesafe ölçütleri üzerinden incelenmesi, mekânsal eşitliğin sosyal sürdürülebilirliğin temel bileşenlerinden biri olarak ele alınmasına imkân tanımaktadır (Garrido, 2018). Bu bağlamda, bir olanağın kentte bulunması ile bireylerin bu olanağa erişebilmesi birbirinden farklıdır: dağılım,

olanakların arz yönünü; erişilebilirlik ise bu arzın nüfus ve ulaşım ağıyla kurduğu ilişkiyi ifade eder.

Türkiye bağlamında kentsel olanakların mekânsal dağılımına ilişkin bulgular da benzer eşitsizliklere işaret etmektedir. TRB2 Bölgesi'nde gerçekleştirilen bir ankette, katılımcıların en az %70'i yeşil alanların nitelik ve nicelik açısından yetersiz olduğunu belirtmiştir (Kılıç & Çakay, 2014). Ayrıca, dezavantajlı grupların toplumsal ve mekânsal dışlanması sorununun ulusal ölçekli üst planların programlarında yer almasına karşın uygulamaya yeterince yansıtılmadığı; bu durumun büyük ölçüde ulusal düzeyde alınan kararların yerel ölçekte içselleştirilememesinden kaynaklandığı ifade edilmektedir (Çakay vd., 2013). Erişilebilirlik düzenlemelerinin kent merkeziyle sınırlı kalmayıp merkezden uzak mahallelerde, kent çeperlerinde, ilçelerde ve köylerde de uygulanması gerektiği vurgulanmaktadır (Kılıç & Çakay, 2014). Öte yandan, TRB2 Bölgesi'nin iller düzeyinde hazırlanan "Erişilebilirlik Alt Endeksi"nde fiziki ulaşılabilirlik ve uzaktan erişim başlıklarında son sırada yer alması, olanakların mekânsal dağılımındaki eşitsizliklerin hem kent içi hem de bölgeler arası ölçekte birlikte değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Çakay vd., 2013). Özetle kentsel olanakların mekânsal dağılımı, mekânsal adaletin somut ve ölçülebilir nesnesidir. Olanakların kent içindeki konumlanması, bu konumların idari ve kurumsal kararlarla biçimlenmesi ve dağılımın zaman içinde eşitsizliği derinleştirebilen dinamikleri, erişilebilirliğin salt bir ulaşım kapasitesi olmadığını; aynı zamanda mekânsal bir dağıtım sorunu olduğunu ortaya koyar.

3.3. Erişim Eşitsizliklerinin Toplumsal ve Mekânsal Boyutları

Kentsel olanakların mekânda eşitsiz biçimde dağılması, tek başına bir adalet sorunu olarak değerlendirilmemelidir; adalet meselesi, bu dağılımın bireylerin yaşam olanakları üzerindeki etkileriyle belirginleşir. Erişilebilirlik, bireylerin mekânlara ve fırsatlara ne ölçüde ulaşabildiğini ifade eden bir kapasitedir. Temel ihtiyaçların karşılanması için ev dışındaki etkinliklere erişimi mümkün kılan bu kapasite, fırsatlara erişimde eşitliğin sağlanması açısından gerekli, ancak tek başına yeterli olmayan bir koşuldur (Pereira, 2018). Bu nedenle erişim kısıtları, toplumun belirli kesimlerinin eğitim, istihdam, sağlık hizmetleri, sosyal etkinlikler ve dinlenme faaliyetleri gibi gündelik yaşamın olağan pratiklerine katılımını engelleyebilir. Bu çerçevede erişilebilirlik, yalnızca hareket edebilme kapasitesi değil, toplumsal yaşama katılımın temel koşullarından biridir.

Erişim eşitsizliklerinin toplumsal boyutu, toplumsal ihtiyaçlar ile kentsel olanakların arzı arasındaki uyumsuzlukta belirginleşir. Ashik ve arkadaşları, kentsel olanaklara mekânsal erişilebilirlik ile nüfus talebi ve toplumsal ihtiyaç endekslerini kapsayan mekân dışı erişilebilirliği tek bir analitik çerçevede birleştirerek "dikey

mekânsal eşitliği” ölçmüş; toplumsal ihtiyaç ve nüfus talebinin yüksek olduğu bölgelerde mekânsal erişilebilirliğin düşük olduğunu ortaya koymuştur (Ashik vd., 2019). Bu bulgu, erişim eşitsizliğinin temelindeki adalet sorununa işaret etmektedir: İhtiyaç düzeyi en yüksek gruplar, kentsel olanaklara erişimde en fazla güçlük yaşayan gruplar olabilir. Benzer bir ölçüm yaklaşımını Tahran’ın 6. bölgesinde uygulayan Azmoodeh ve arkadaşları, alt, orta ve üst toplumsal sınıflar için dikey eşitlik Gini katsayılarını sırasıyla 0,097, 0,249 ve 0,167 olarak hesaplamış; yatay eşitlik için ise 0,228 değerinde bir Gini katsayısı belirlemiştir (Azmoodeh vd., 2021). Bu sonuçlar, aynı kentte toplumsal grupların erişim eşitsizliğini farklı düzeylerde deneyimlediğini ve toplumsal konumun erişim koşullarını biçimlendirdiğini göstermektedir.

Eşitsizliğin sektörel boyutu, sunulan olanığın türüne bağlı olarak farklı mekanizmalarla ortaya çıkar. Sağlık hizmetleri alanında Rio de Janeiro’da mega etkinlikler kapsamında gerçekleştirilen ulaşım yatırımlarının ve sonrasında uygulanan otobüs hizmeti azaltımlarının erişilebilirlik kazanımlarını ağırlıklı olarak orta ve yüksek gelir gruplarına yönelttiği görülmüştür. Bu süreç, düşük gelirli grupların orta ve yüksek karmaşıklıkta sağlık hizmetlerine erişimini azaltmış ve mevcut kentsel eşitsizlik örüntülerini pekiştirmiştir (Pereira, 2018). Yeşil alanlara erişim bakımından ise Detroit’te yürütülen bir analiz, binaların %87’sinin çeyrek mil, %53’ünün ise yarım mil yürüme mesafesinde bir park veya rekreasyon alanı bulunmadığını ortaya koymuştur (LaReaux & Watkins, 2025). Yeşil alanlara ilişkin mekânsal eşitsizlik, sağlık sonuçları bakımından da önem taşımaktadır; çünkü yeşil alanların sağlığı koruyucu etkisi, düşük sosyoekonomik statülü gruplar için daha belirgin olabilir (Rigolon vd., 2021). Ayrıca düşük gelirli veya ırksal/etnik azınlık gruplarının daha kirli çevrelerde yaşama, daha kısıtlı hareketlilik olanaklarına sahip olma, başlangıç sağlık durumlarının daha kötü olması ve sağlığı destekleyen diğer kaynaklara daha sınırlı erişebilme eğilimleri, yeşil alanlara erişimi bu gruplar açısından özellikle önemli kılmaktadır (Heo & Bell, 2022).

Sonuç olarak erişilebilirlik, üç temel nedenle doğrudan bir adalet meselesidir. İlk olarak, fırsatların mekânsal dağılımı bireylerin eğitim, sağlık, istihdam ve toplumsal yaşama katılım olanaklarını, başka bir deyişle yaşam şanslarını şekillendirir. İkinci olarak, ihtiyaç ile sunulan olanaklar arasındaki uyumsuzluk, en fazla gereksinim duyan grupların erişim düzeylerinin en düşük olduğu bir durum yaratabilir. Bu durum, dezavantajlı grupların öncelikli olarak yararlanmasını öngören mekânsal adalet ilkesine aykırıdır. Üçüncü olarak, mekânsal ve toplumsal farklılıkların kesişmesi, eşitsizliklerin yeniden üretilmesine ve zaman içinde derinleşmesine neden olabilir. Erişim eşitsizliğinin bu çok boyutlu niteliği, erişilebilirliğin yalnızca altyapı ya da ulaşım performansını ölçen bir gösterge olarak değil, kentsel kaynakların adil dağıtılıp dağıtılmadığını değerlendiren temel bir ölçüt olarak ele alınmasını gerekli kılmaktadır.

4. Coğrafi Perspektiften Erişilebilir Kentlerin Planlanması

4.1. Konum, Mesafe ve Mekânsal Etkileşim

Önceki bölümlerde erişilebilirliğin adalet meselesi olarak taşıdığı önem ele alınmıştır. Bu bölümde kavram, coğrafi bir perspektiften incelenerek kuramsal çerçevesi ortaya konulmaktadır. Coğrafi yaklaşım, kentsel erişilebilirliği temel olarak konum, mesafe ve mekânsal etkileşim kavramları üzerinden açıklar. Erişilebilirlik, genel anlamıyla, coğrafi mekânda yer alan mal, hizmet, faaliyet ve hedef noktalara ulaşabilme kapasitesidir. Kent bağlamında bu kavram yoğunlukla kentsel gelişmenin yayılması, araç trafiğinin artması ve insanların ihtiyaç duydukları yerlere ulaşmasını zorlaştıran trafik sıkışıklığı gibi sorunlarla birlikte değerlendirilir (Özgür, 2009). Dolayısıyla erişilebilirlik, yalnızca soyut bir mekânsal ilişkiyi değil, belirli konumlar arasındaki bağlantılar temelinde değerlendirilen somut bir kapasiteyi ifade eder.

Konum, erişilebilirlik ilişkisinin başlangıç noktasını oluşturur. Bir konutun ya da faaliyetin kent içindeki yeri, kullanıcıların erişim olanaklarını belirleyen temel ölçütlerden biridir (Akyol Altun, 2010). Kentsel konum değerlendirilirken kent merkezine ve toplu taşıma güzergâhlarına uzaklık, diğer konut alanları ve çeşitli tesislerle kurulan mekânsal ilişki ile kentsel hizmetlere erişim düzeyi dikkate alınır. Konut alanlarının yer seçimi ise bireysel tercihlerden ibaret olmayıp belirli bir ekonomik mantık çerçevesinde biçimlenir. Neoklasik konut alanı yer seçimi modelleri, hane halklarının sınırlı mali kaynakları içinde faydalarını en üst düzeye çıkarmak amacıyla gelirlerini, arazi fiyatlarını, iş yerine uzaklığı, ulaşım giderlerini ve diğer maliyetleri gözeterek konut yeri seçtiklerini varsayar (Özgür & Yasak, 2009). Bu açıdan konum, yalnızca coğrafi bir nokta değil, ekonomik kararları etkileyen bir değişkendir. Haneler, merkeze yakınlığın sağladığı erişim avantajları ile bu yakınlığın beraberinde getirdiği arazi ve konut maliyetleri arasında bir ödünleşme yapar.

Mesafe ise coğrafi uzaklıktan farklı biçimde, bir "direnc" ya da "sürtünme" olarak işlev görür. Erişilebilirlik analizlerinde mesafe, yoğunlukla kat edilmesi gereken yolun kendisi değil, o yolun yolcuya yüklediği zaman, maliyet ve çaba biçiminde kavramsallaştırılır. İzmir'de kent çeperlerindeki konut toplulukları üzerine yapılan bir araştırmada, kullanıcıların günde ulaşımına harcadıkları ortalama süre incelendiğinde katılımcıların %10,0'ının yarım saatten az, %44,4'ünün yarım saat ile 1 saat arası, %41,2'sinin 1 ile 3 saat arası ve %4,4'ünün 3 saatten fazla yolculuk yaptığı görülmüştür (Akyol Altun, 2010). Gündelik ulaşımın büyük ölçüde bir saati aşan sürelerle yayılması, mesafenin kent çeperinde yaşayanlar için nasıl bir zaman yüküne dönüştüğünü somut biçimde gösterir. Bu nedenle erişilebilirlik çalışmalarında mesafe ölçütü, uzaklığın kendisinden çok yolculuk maliyetiyle temsil edilir.

Konum ve mesafe kavramları, mekânsal etkileşim çerçevesinde bütünleşir. Mekânsal etkileşim, coğrafi mekânda konumlanmış noktalar arasında gerçekleşen

insan faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin oluşturduğu akışları kapsar. Bu süreçlere ilişkin veriler: hizmetlere erişilebilirlik, ürün talebi, ulaşım eğilimleri ve demografik dinamikler gibi toplumsal açıdan önem taşıyan coğrafi olguların incelenmesine olanak tanır. Mekânsal etkileşim modelleri, soyut ya da fiziksel ağlar üzerindeki toplam hareket ve akışları belirlemeyi, açıklamayı ve öngörmeyi amaçlar (Oshan, 2022). Bu doğrultuda erişilebilirlik, konumlar arasında gerçekleşen etkileşimin potansiyeli olarak değerlendirilebilir.

Mekânsal etkileşimi modellemede kullanılan köklü yaklaşımlardan biri çekim (gravity) modelidir. Coğrafya ve sosyal fizikte temel mekânsal analiz modelleri arasında yer alan bu yaklaşım, mekânsal etkileşimi ampirik olarak modellemeye elverişlidir. Başlangıçta iki bölge arasındaki nüfus hareketlerini açıklamak üzere geliştirilen model, zamanla kentler, firmalar ve perakende mağazaları gibi farklı coğrafi nesneler arasındaki çekim gücünü ölçmek için de kullanılmıştır. Modelin çeşitli biçimleri bulunsada da tümünün temelinde, mekânsal etkileşimin mesafeyle birlikte azalması ilkesi yer alır (Chen, 2015).

Coğrafi perspektif, erişilebilirliği konum, mesafe ve mekânsal etkileşim kavramları aracılığıyla ölçülebilir bir olgu olarak ele alır. Konum, erişimin başlangıç noktasını ve kentsel yer seçiminin dayandığı ilişkileri; mesafe, yolculuğun zaman ve maliyet cinsinden ortaya çıkan direncini; mekânsal etkileşim ise konumlar arasındaki akışları ve bu akışların çekim ile mesafe azalması ilkeleri doğrultusunda biçimlenmesini açıklar.

4.2. Ulaşım–Arazi Kullanımı İlişkisi

Konum, mesafe ve mekânsal etkileşim kavramları, erişilebilirliğin nasıl ölçüldüğünü açıklar; ancak bu üç kavramın arkasında yatan temel olgu, ulaşım ile arazi kullanımının karşılıklı olarak birbirini üreten ilişkisidir. Kent içi ulaşım ile arazi kullanım deseni arasındaki ilişki, kentsel planlamanın en köklü tartışma alanlarından biridir. Bu ilişkinin niteliği, nedensellik yönü bakımından bir "yumurta-tavuk" sorununa benzetilir: ulaşım mı arazi kullanımından doğmaktadır, yoksa arazi kullanımı mı ulaşımından doğmaktadır? Bu soruya kesin bir cevap vermek güçtür; ancak kentsel ulaşım ile arazi kullanımı arasında çift yönlü bir etkileşim olduğu açıktır ve her ikisi de karşılıklı olarak birbirini etkilemektedir. Kentleşme tarihi de bu ilişkiyi doğrular niteliktedir: birçok yerleşme, o dönemde mevcut yollar üzerinde oluşmaya başlamış ve gelişmiştir (Young, 1991).

Bu karşılıklı etkileşimin kuramsal temeli, arazi kullanımı–ulaşım geri besleme döngüsü (land-use transport feedback cycle) olarak adlandırılır. Bu çerçevede arazi kullanımının mekânsal dağılımı, faaliyetlerin nerede gerçekleşeceğini belirler. Faaliyetlerin farklı konumlarda yer alması, aralarında etkileşim ve hareketlilik ihtiyacı doğurur; ulaşım sistemi ise bu etkileşimleri mümkün kılan bağlantıları ve

hareketlilik olanaklarını sağlar. Söz konusu olanaklar erişilebilirlik üzerinden ölçülebilir. Erişilebilirliğin mekân ve zaman içindeki dağılımı, bireylerin ve kurumların yer seçimi kararlarını birlikte etkileyerek arazi kullanımında değişime yol açar (Acheampong & Silva, 2015).

Ulaşım ve arazi kullanımının birlikte evrimi, karar süreçlerine de tarihsel bir bağımlılık kazandırır. Bugün alınan ulaşım veya arazi arzı kararları davranış ve çekicilik örüntülerini değiştirir ve gelecekte alınabilecek kararların olasılığını etkiler; yani bugünün arazi kullanım kararları geleceğin ulaşım politikalarını, ulaşım kararları da geleceğin arazi kullanımını etkiler. Bu karşılıklı bağımlılık, modellerde ulaşım ağı yatırımlarının dışsal varsayılmasının yetersizliğini ortaya koyar; hem arazi kullanımı hem de ulaşım ağı büyümesi içsel ve piyasa güdümlü süreçler olarak modellendiğinde ulaşım ile arazi kullanımının birlikte evrimi ve bir "kentsel büyüme dengesi" elde edilir (Zhang, 2009). Benzer biçimde simülasyon temelli bir analiz, ulaşım ağı ile yerleşimin birlikte evriminde güçlü bir patika bağımlılığı bulunduğunu; ağ yalnız başına evrildiğinde yerel kararların toplam erişilebilirlik için optimal olabildiğini, ancak iki süreç birlikte evrildiğinde optimalin tamamen bölgesel ölçekte bir karara kaydığını göstermiştir. Yazarlar bu bulguyu, ulaşım ağı ile arazi kullanımının eşleşmiş evriminin başarısı için bir koordinasyon gereksiniminin varlığı biçiminde yorumlamakta ve bunu TOD kavramıyla ilişkilendirmektedir (Raimbault & Nechet, 2021).

Bu ilişkinin eşitsizlik üretme potansiyeli, önceki bölümlerde ele alınan adalet sorununu doğrudan gündeme getirmektedir. Portland'da kent merkezindeki konut fiyatları ve kiralara hızla yükselmesi, düşük gelirli sakinlerin konutların daha erişilebilir olduğu çeper ve banliyö mahallelerine taşınmasına yol açmıştır. Toplu taşıma hizmetlerinin bu bölgelerde genellikle daha sınırlı olması, söz konusu sakinlerin hafif raylı sisteme erişiminin de kısıtlanabileceği yönündeki kaygıları artırmıştır (Oh & Wang, 2018). Kent çeperlerindeki konut topluluklarında gündelik ulaşım için harcanan sürenin bir saati aşması ise bu uyumsuzluğun zaman maliyetini ortaya koymaktadır (Akyol Altun, 2010). Dolayısıyla ulaşım–arazi kullanımı ilişkisi, yalnızca teknik bir planlama meselesi değil, kimin nerede yaşayabildiğini, kentsel olanaklara hangi maliyetlerle erişebildiğini ve kentsel gelişmenin kazanç ve yüklerinin kimler arasında nasıl dağıldığını belirleyen bir süreçtir.

Ulaşım ile arazi kullanımı arasındaki ilişki, nedenselliğin yönünün kesin biçimde ayrıştırmadığı, çift yönlü ve geri beslemeli bir etkileşim olarak özetlenebilir. Erişilebilirlik bu etkileşimde hem bir sonuç hem de belirleyici bir girdidir: arazi kullanım örüntüsü ile ulaşım ağının mekânsal uyumu erişilebilirlik düzeyini şekillendirirken, erişilebilirliğin mekânsal dağılımı da sonraki yer seçimi kararlarını etkiler. Bu çerçevede belirleyici olan, yoğunluğun tek başına mutlak düzeyi değil, arazi kullanımı ile ulaşım ağının uyumu ve bu iki sürecin eşgüdümüdür. Etkileşimin

tarafından biri aleyhine sonuçlanmasıyla ortaya çıkan konut-işyeri uyumsuzlukları ve kentsel çeperlerde yoğunlaşan erişim yükü, bir sonraki bölümde ele alınacak erişilebilirlik ölçüm yöntemlerinin yalnızca teknik araçlar olmadığını, aynı zamanda normatif tercihler içerdiğini ortaya koymaktadır.

4.3. CBS ve Mekânsal Erişilebilirlik Analizleri

Coğrafi bilgi sistemlerinin erişilebilirlik araştırmalarında kullanılmaya başlanması, alanın yöntemsel gelişiminde önemli bir dönüm noktası oluşturmuştur. Erişilebilirlik uzun süre yalnızca ulaşım ile ilişkili bir mesele olarak değerlendirilmiş; bu bakış açısı, kentsel olanak ve kaynakların konumlanışını ve dağılımını inceleyen çok disiplinli boyutun göz ardı edilmesine neden olmuştur. Bunun sonucunda akademik bulgular ile planlama uygulamaları arasında belirgin bir boşluk ortaya çıkmış; bu boşluğun temel nedenlerinden biri, erişilebilirlik ölçütlerini hesaplamanın ve sonuçları karar alma süreçlerine aktarmanın güçlüğü olmuştur. CBS'nin yaygınlaşması, erişilebilirlik odaklı planlama araçlarının geliştirilmesini ve uygulanmasını kolaylaştırmış, ayrıca bu amaçla çeşitli ticari yazılım paketlerinin kullanıma sunulmasını sağlamıştır (Guida vd., 2022).

CBS'nin analitik katkısı üç temel düzeyde ortaya çıkar. İlk olarak, yapıli çevreye ilişkin yüksek çözünürlüklü veriler kullanılarak mekânsal erişilebilirlik farklılıkları modellenenebilir; böylece eşitsizlik hem bölgeler hem de bireyler düzeyinde incelenenebilir. İkinci olarak CBS, kaynakların yoğunluğunu ve mekânsal dağılımını görselleştirerek eşitsizliklerin haritalar üzerinden değerlendirilmesini sağlar. Üçüncü olarak, mekânsal dağılım, örüntü ve kümelenme analizleri aracılığıyla yoğunluk farklı ölçeklerde ölçülebilir (Dalal & Goulias, 2011). Bu olanaklar, kamu kaynaklarının dağıtımında hakkaniyeti planlamanın temel hedeflerinden biri olarak benimseyen yaklaşımlarla bir araya geldiğinde “eşitlik haritaları” oluşturulmasına imkân tanır. Bu haritalar, plancıların ve paydaşların kamu tesislerinin mekânsal dağılımının hangi ilkeler doğrultusunda biçimlendiğini etkileşimli biçimde incelemesini ve tesislerin konumlarıyla sosyoekonomik özellikler arasındaki ilişkileri görselleştirmesini sağlar (Talen, 1998). Dolayısıyla CBS, yalnızca erişilebilirliği ölçmeye yarayan bir araç değil, aynı zamanda kaynakların dağıtımına ilişkin tercihleri görünür kılan bir planlama aracıdır.

Yöntemsel açıdan en yaygın yaklaşımı yer tabanlı göstergeler oluşturur. Bu göstergeler, erişilebilirliği hizmetler ile konutlar ya da işyerleri arasındaki mekânsal yakınlık üzerinden değerlendirir. En yakın hizmete ulaşmak için kat edilmesi gereken asgari ağ mesafesi ve belirli bir yolculuk süresi içinde erişilebilen hizmetlerin sayısı, bu yaklaşımın başlıca örneklerindendir. Kamu hizmetlerinin sunumuna ilişkin çalışmalarda yer tabanlı göstergelerin sıklıkla kullanılması, görece sınırlı veri toplama çabasıyla anlamlı sonuçlar üretmelerine, CBS aracılığıyla kolaylıkla

uygulanabilmelerine ve karmaşık kavramsal ya da kuramsal bilgi gerektirmeden politika yapıcılar tarafından yorumlanabilmelerine bağlanabilir (Neutens vd., 2012). Bununla birlikte, hesaplamalarda mesafenin nasıl tanımlandığı, elde edilen sonuçları doğrudan etkiler. Sokak ağı üzerinden hesaplanan ağ mesafesinin, Öklid ya da Manhattan mesafesine kıyasla daha doğru sonuçlar sağladığı belirtilmektedir (Christiaanse, 2020).

CBS tabanlı analizlerin eşitlik değerlendirmesine katkısı, ölçme ve görselleştirme işlevlerini bir araya getirmelerinde ortaya çıkar. Baoji kentindeki toplu taşıma sistemini inceleyen çalışma, ağırlıklı ortalama yolculuk süresi modelinden yararlanarak yürüme, ağ tabanlı yolculuk ve bütünsel yolculuk boyutlarında erişilebilirliği ölçmü; ArcGIS aracılığıyla mekânsal görselleştirme gerçekleştirmiş ve erişilebilirlik indeksi, erişilebilirlik farklılaşma katsayısı ile ulaşım hizmeti Gini indeksini birlikte değerlendirmiştir (Che vd., 2026). Eşitliğin nasıl ölçüleceği, analizde kullanılan temel ölçütün tanımına kadar uzanabilir. Nitekim yaya ağı analizinde, tek bir yaya hareketlilik profiline dayalı nicel bir ölçütten hareketle, en az iki farklı profil arasındaki mutlak farkı ya da iki ölçütün oranını esas alan türev eşitlik ölçütleri tanımlanabilmektedir (Bolten & Caspi, 2021).

CBS ve mekânsal erişilebilirlik analizleri, önceki bölümlerde ele alınan adalet tartışmasını ölçülebilir ve haritalanabilir bir analitik çerçeveye taşımaktadır. Yer tabanlı göstergelerden zaman-mekân analizlerine ve eşitlik haritalarına uzanan yöntemsel çeşitlilik, erişim eşitsizliklerinin hangi mekânsal ölçeklerde, nüfus grupları arasında ve zaman dilimlerinde belirginleştiğini incelemeye olanak tanır. Ancak bu yöntemler bütünüyle tarafsız değildir. Yakalama alanının büyüklüğü, mesafe sönümleme fonksiyonu, zaman eşiği ve hareketlilik profili gibi parametrelerin nasıl belirlendiği, hesaplanan erişilebilirlik düzeylerini ve dezavantajlı olarak tanımlanan grupları doğrudan etkileyebilir (Chen & Jia, 2019; Lin vd., 2021). Dolayısıyla CBS tabanlı analizler, yalnızca teknik hesaplama araçları değil, aynı zamanda normatif tercihleri de yansıtan yaklaşımlardır.

4.4. Mekânsal Adalet Odaklı Planlama İlkeleri

Coğrafi yaklaşım, erişilebilirliği birbiriyle ilişkili kavramlardan oluşan işlevsel bir çerçeve içinde ele alır. Bu çerçevenin ilk bileşeni konumdur: erişilebilirlik, kentsel olanakların yalnızca mevcut olup olmadığıyla değil, nüfusa ve birbirlerine göre nerede konumlandıklarıyla ilişkilidir. İkinci bileşen mesafedir. Burada söz konusu olan yalnızca coğrafi uzaklık değil, ağ üzerindeki hareket olanakları ile yolculuğun zaman ve maliyet bakımından oluşturduğu dirençtir. Üçüncü bileşen, olanakların kent mekânındaki dağılım örüntüsüdür; bu örüntü, erişim eşitsizliklerinin mekânsal görünümünü ortaya koyar. Dördüncü bileşen bağlantısallıktır: erişim, yakınlığın yanı sıra konumların ulaşım ağı aracılığıyla ne ölçüde birbirine bağlandığına da bağlıdır.

Son bileşen olan mekânsal etkileşim ise erişilebilirliği, bir konumlar kümesi arasındaki insan, mal ve bilgi akışlarının düzeyiyle ilişkilendirir (Condeço-Melhorado & Reggiani, 2014). Bu bileşenlerin birlikte değerlendirilmesi, erişilebilirliği hem ölçülebilir hem de planlama müdahaleleriyle yönlendirilebilir bir olgu olarak ele almayı mümkün kılar.

Mekânsal adalet odaklı planlamanın temel ilkelerinden biri, kaynakların dağıtımında esas alınan ölçütün açık ve anlaşılır biçimde ortaya konmasıdır. Talen, kamu kaynaklarının mekânsal dağılımına yön veren ilkelerin hem plancılar hem de paydaşlar tarafından anlaşılabilir olmasının önemini vurgular (Talen, 1998). Bu çerçevede eşitlikçi dağıtım, kaynak ve tesislerin, mekânsal olarak tanımlanmış mümkün olan en geniş toplumsal kesimin yararlanabileceği biçimde konumlandırılmasını ifade eder (Talen, 1998). Dağıtım ölçütlerinin belirlenmesinde dört yaklaşım öne çıkar: (i) toplumsal ihtiyaç farklılıklarını gözetmeksizin herkesin eşit düzeyde yararlanmasını esas alan eşitlikçi dağıtım, (ii) mevcut eşitsizlikleri azaltmak amacıyla kaynakları en fazla ihtiyaç duyan kesimlere yönelten telafi edici eşitlik, (iii) kaynakları talebini en güçlü biçimde dile getirenlere tahsis eden talebe dayalı dağıtım ve (iv) hizmetlere erişimi ödeme gücüne bağlayan piyasa temelli dağıtım. Bu yaklaşımlar arasında plancılar açısından en işlevsel olanın telafi edici eşitlik olduğu belirtilmektedir (Byrne & Sipe, 2010).

İkinci ilke, ihtiyaç düzeyi ile erişilebilirliğin mekânsal açıdan birlikte değerlendirilmesidir. Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS), kaynakların dağılımı (örneğin, parkların konumu) ile bu kaynaklara duyulan ihtiyacın mekânsal örüntüsü (parklara en fazla ihtiyaç duyan nüfusun yaşadığı yerler) arasındaki ilişkinin karşılaştırılmasını mümkün kılar (Byrne & Sipe, 2010). Üçüncü ilke, eşitsizliğin ölçülmesi ve izlenmesidir. Van Wee ve Geurs, dağıtım etkilerini açıkça içeren göstergelerin geliştirilmesini önerir ve bunun için Gini veya Theil indeksine dayanan göstergeleri işaret eder; önerinin ayırt edici yönü, göstergelerin yalnızca genel nüfus için değil, eşitlikçi görüşler doğrultusunda erişilebilirliği en düşük olan nüfusun ya da bölgelerin %10 veya %20'si için de raporlanmasıdır. Yazarlar ayrıca sağlık hizmetleri, gıda satış noktaları ve okulları Rawls'un "birincil toplumsal faydalar" kategorisi içinde değerlendirmekte ve birden fazla hedef kategorisini içeren bileşik göstergelerin geliştirilmesinin ağırlıklandırma gerektireceğini belirtmektedir (Wee vd., 2011).

Dördüncü ilke, erişilebilirliğin bağlantısallıkla birlikte değerlendirilmesidir. Mekânsal adaleti nicel bir indekse dönüştüren bir çalışma, kamu malları, temel hizmetler, kültürel mallar, ekonomik fırsatlar ve sağlıklı çevreler kategorilerini mekânsal yoğunluk, mekânsal yakınlık, mekânsal çeşitlilik ve mekânsal bağlantısallık ölçütleri üzerinden ele almış; sonuçlar iyi bağlantılı, yoğun ve karma kullanımlı gelişme örüntülerinin daha yüksek mekânsal adalet düzeyleri sağladığını ortaya koymuştur (Smith vd., 2023). Beşinci ilke, ölçütlerin mekânsal etkileşim

yaklaşımı doğrultusunda tasarlanmasıdır. Erişilebilirlik, belirli konumlar arasındaki mekânsal etkileşimin düzeyini ifade ettiğinden (Condeço-Melhorado & Reggiani, 2014), planlama analizlerinde kullanılan ölçütlerin de bu yaklaşımı yansıtması önem taşır. Bu kapsamda, sosyoekonomik açıdan dezavantajlı mahallelere daha fazla ağırlık verilerek eşitlik kaygısı ölçüt tasarımına dâhil edilmiştir. Altıncı ilke, erişilebilirlik ölçütlerinin kuramsal çerçeveden bağımsız ve birbirinden kopuk teknik araçlar olarak değerlendirilmemesidir. Handy ve Niemeier, erişilebilirlik kavramının politika değerlendirmelerinde performans ölçütlerine nadiren dönüştürüldüğünü; kavrama ilişkin kapsamlı bir yazın bulunmasına karşın akademik çalışmalar ile ölçütlerin uygulamadaki kullanımı arasında bir boşluk olduğunu belirtmektedirler (Handy & Niemeier, 1997).

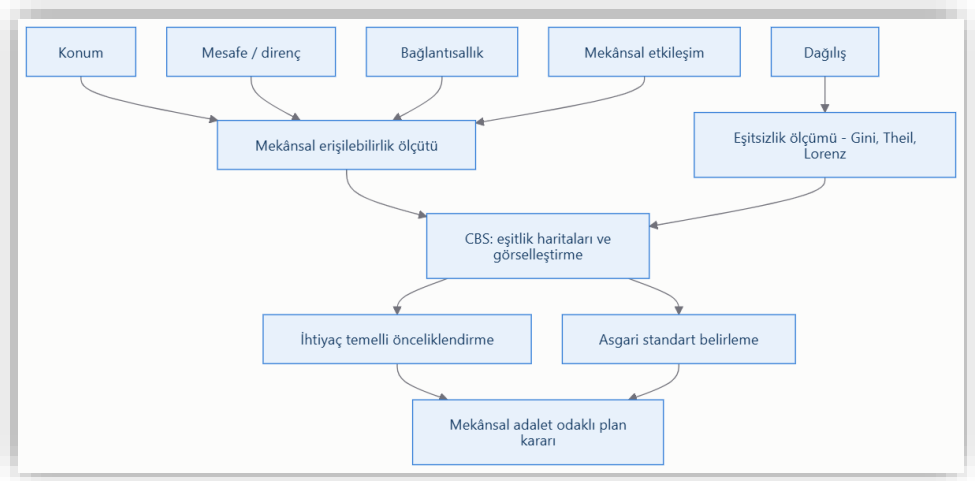
Yedinci ilke, bireysel özelliklerin erişilebilirlik ölçütlerine dâhil edilmesidir. Logsum temelli ölçütleri kullanan bir analiz, bireysel özelliklerin hesaba katılmamasının toplumsal ve ekonomik eşitlik değerlendirmelerinde güvenilir olmayan sonuçlara yol açabileceğini göstermektedir. Bu eksiklik, erişilebilirliğin dağılımındaki farklılıkları Gini indeksiyle ölçülen eşitsizlik dâhil görünmez kılabilir. (Dixit & Sivakumar, 2020). Sekizinci ilke, analiz ölçeğinin ve kapsamının kent merkeziyle sınırlandırılmamasıdır. TRB2 Bölgesi için hazırlanan mevcut durum analizinde, düzenlemelerin merkezden uzak mahallelerde, kent çeperlerinde, ilçelerde ve köylerde de gerçekleştirilmesi ve erişilebilirliğin yalnızca kent merkezi üzerinden değerlendirilmemesi gerektiği vurgulanmaktadır (Kılıç & Çakay, 2014). Bölgede toplam 2.980 km olan devlet yollarının yalnızca %40'ının bölünmüş yollardan oluşması da bağlantısallık ilkesinin yerel ölçekteki somut önemini göstermektedir (Çakay vd., 2013). Dokuzuncu ilke, planlama parametrelerinin toplumsal adaleti biçimlendiren araçlar olarak değerlendirilmesidir. Konut yoğunluğu, parsel büyüklüğü ve konut tipolojileri ile parklar ve diğer yeşil alanlara ilişkin arazi tahsisleri, kentsel kaynak ve fırsatların dağılımını etkileyen başlıca mekânsal planlama parametreleridir (Mitinje & Jabareen, 2026). Bu nedenle mekânsal adalet, planlama sonrasında değerlendirilecek bir sonuç değil, plan kararlarının oluşturulma sürecine dâhil edilmesi gereken kurucu bir ilkedir.

Onuncu ilke, dağıtım tercihlerinin açık ve tartışmaya elverişli hâle getirilmesidir. CBS, kaynakların dağılımı ile ihtiyaç arasındaki mekânsal ilişkilerin karşılaştırılmasına olanak tanır (Byrne & Sipe, 2010). Ayrıca kamu tesislerinin mekânsal düzenlenişinde hangi dağıtım ilkelerinin benimsendiğinin planlamacılar ve paydaşlar tarafından etkileşimli biçimde sorgulanmasını sağlayan eşitlik haritalarının üretilmesine imkân verir (Talen, 1998).

Bu ilkelerin yerel düzeydeki yansımaları, coğrafi yaklaşımın çalışma açısından taşıdığı merkezî önemi ortaya koymaktadır. Van kentindeki kamusal yeşil alanların yeterliliği, hizmet alanlarının erişilebilirliği temelinde değerlendirilmiş; yeşil

alanların ihtiyaçlara göre dengeli bir dağılım gösterip göstermediği ise mekânsal analizlerin yanı sıra erişim ve kullanım üzerine yürütülen saha araştırmasıyla incelenmiştir (Şahin, 2011). Van'ın büyükşehir olma sürecindeki ulaşım politikaları da toplu taşıma hizmetlerinin erişilebilirliğini ve niteliğini artırmayı; yaya ve bisiklet kullanıcılarına sunulan hizmetleri iyileştirmeyi; kentsel ulaşım hizmetlerini engelli bireylerin de yararlanabileceği biçimde düzenlemeyi ve ulaşım altyapısına ilişkin ilke ve standartları bilimsel ölçütlere dayandırmayı hedeflemiştir (Görentaş, 2015). Bu politika hedefleri, mekânsal adalet odaklı planlamada asgari standartların belirlenmesi ve bireysel ihtiyaçlarla yeteneklerin ölçütlere dâhil edilmesi ilkeleriyle örtüşmektedir. Bununla birlikte, dezavantajlı grupların toplumsal ve mekânsal dışlanmasının üst ölçekli ulusal planlarda ele alınmasına rağmen uygulamaya yeterince yansıtılamadığı; bu durumun önemli ölçüde ulusal kararların yerel düzeyde içselleştirilememesinden kaynaklandığı belirtilmektedir (Çakay vd., 2013). Bu bulgu, adalet ilkelerinin planlama belgelerinde tanımlanmasının tek başına yeterli olmadığını; bu ilkelerin uygulamaya aktarılabilmesi için dağılım ölçütlerinin belirlenmesi ve eşitsizliklerin düzenli olarak izlenmesi gerektiğini göstermektedir. Aşağıdaki şema, coğrafi kavramların CBS üzerinden planlama ilkelerine dönüşüm zincirini özetlemektedir.

Şekil 3. Coğrafi kavramların CBS aracılığıyla mekânsal adalet odaklı plan kararına dönüşüm zinciri.



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu ilkeler bütünü, coğrafi yaklaşımın çalışmada neden yalnızca yöntemsel bir tercih olarak ele alınamayacağını ortaya koymaktadır. Coğrafya, konum, mesafe, dağılış, bağlantısallık ve mekânsal etkileşim kavramları üzerinden erişilebilirliğin ölçülmesini sağlarken CBS, elde edilen ölçümlerin haritalanmasına ve karşılaştırılmasına olanak tanır. Mekânsal adalet ise kaynakların dağılımının hangi normatif ölçütlere göre değerlendirilmesi gerektiğini belirler. Bu bileşenler birlikte ele alındığında erişilebilirlik, kentin fiziksel olarak ulaşılabilirliğini ölçen teknik bir göstergenin ötesine geçer; kentsel kaynakların kimlere, hangi ölçütler doğrultusunda ve ne ölçüde dağıtıldığını sorgulayan bir planlama çerçevesine dönüşür.

5. Sonuç

Erişilebilirlik, kentsel olanakların mekânsal dağılımını ölçmeye yarayan temel bir göstergedir; ancak tek başına hangi planlama kararlarının alınması gerektiğini söylemez. Çünkü erişilebilirliği yalnızca bir kapasite olarak tanımlamak, bu kapasitenin kimler için, hangi mekânlarda ve ne tür maliyetlerle sağlandığını göz ardı eder. Oysa bu soruların yanıtı, erişilebilirliğin adalet boyutunu doğrudan ortaya koyar. Erişim kısıtları, toplumun belirli kesimlerini gündelik yaşamın olağan faaliyetlerine katılmaktan alıkoyabilir. Benzer biçimde, coğrafi yakınlık da tek başına fiili erişimi güvence altına almaz, hizmet karşılanabilir değilse, sistem engelli bireylerin ihtiyaçlarına göre düzenlenmemişse ya da mevcut olanaklar kişilerin gerçekten ulaşması gereken yerleri birbirine bağlamıyorsa, yakınlık anlamlı bir erişime dönüşmez. Dolayısıyla erişilebilirliği değerlendirirken yalnızca olanakların varlığına değil, bu olanakların kimler tarafından kullanılabilmesine ve mekânda nasıl dağıldığına bakmak gerekir. Aksi hâlde, hizmetlerin mevcut olması ihtiyaç duyan nüfusun bunlardan yararlanabildiği izlenimini yaratır; oysa ihtiyaç ile erişim örtüşmediğinde, en yüksek ihtiyaç düzeyindeki gruplar en sınırlı erişime sahip kesimler hâline gelebilir. Bu nedenle erişilebilirlik ölçümleri, dağılımın kimin lehine ya da aleyhine sonuçlandığını sorgulayan bir adalet çerçevesiyle birlikte ele alınmalıdır.

Bir diğer temel sonuç, adalet ölçütü benimsenmediğinde erişilebilirlik analizinin yönünü ve planlama açısından anlamını yitirmesidir. Mekânsal adalet, toplumsal açıdan değer verilen kaynakların herkesin yeterli erişimini güvence altına alacak biçimde dağıtılmasını; özellikle de dezavantajlı kesimlerin kaynaklardan en son değil, öncelikle yararlanmasını gerektirir. Bu yaklaşım, değerlendirmede neyin esas alınması gerektiğini açıkça ortaya koyar: belirleyici olan ortalama erişim düzeyi değil, dağılımın en altındaki grupların erişimidir. Dolayısıyla kamu kaynaklarının mekânsal dağılımının hangi ilkelere dayandığı şeffaf biçimde açıklanmalı: eşitlikçi dağıtım, telafi edici eşitlik, talep dağılımı ve piyasa temelli dağıtım seçeneklerinden hangisinin benimsendiği gerekçelendirilmelidir. Planlama açısından en yüksek

faaydayı sağlayan yaklaşım ise kaynakları en fazla ihtiyaç duyan kesimlere yönelten telafi edici eşitliktir.

Son olarak çıkarılabilecek sonuç, coğrafyanın kavram dizisinin ve CBS'nin bu normatif ölçütü plan kararına evirebilmesidir. Konum, mesafe, dağılış, bağlantısallık ve mekânsal etkileşim kavramları erişilebilirliği ölçülebilir kılar; erişilebilirlik temelde bir dizi konum arasındaki akışların düzeyini temsil eden bir mekânsal etkileşim kavramıdır. Bu kavramlar birbirini karşılıklı koşullar: yoğunluğun mutlak düzeyi tek başına belirleyici değildir; Avrupa metropoliten alanlarında raylı erişilebilirlik ortalama nüfus ve iş yoğunluklarıyla korelasyon göstermemiştir; belirleyici olan yoğunluğun ağın düğümlerine göre dağılımı olmuştur. Buna karşılık iyi bağlantılı, yoğun ve karma kullanımlı gelişme örnekleri daha yüksek mekânsal adalet düzeyleri sağlamaktadır. CBS ise kaynak dağılımı ile kaynak ihtiyaı arasındaki mekânsal ilişkileri karşılaştırmaya izin vererek ve dağıtım ilkelerinin sorgulanmasını sağlayan eşitlik haritaları üreterek bu ölçümü tartışılabilir hâle getirir. Ancak bu araçlar tarafsız değildir: yakalama alanı büyüklüğü, mesafe azalması fonksiyonu ve mesafenin sokak ağı üzerinden ölçülmesi gibi kararlar llen erişilebilirliği doğrudan etkiler; bireysel ihtiyaç ve yeteneklerin ölçüt dışında bırakılması ise erişim dağılımındaki farklılaşmayı maskeleyerek eşitlik değerlendirmesini yanıtlanabilir. Dolayısıyla lt tasarımı, teknik olduğu kadar normatif bir tercihtir.

Bu sonuçlardan çıkan öneriler şunlardır:

- Dağıtım lt açıkça benimsenmeli ve plan kararlarının gerekçesine yazılmalıdır.
- İhtiyaç ile erişilebilirlik mekânsal olarak karşılaştırılmalı, yüksek ihtiyaç ve düşük erişim bölgeleri tesis konumlandırmasında önceliklendirilmelidir.
- Eşitsizlik düzenli olarak izlenmelidir.
- Erişilebilirlik bağlantısallıkla birlikte değerlendirilmelidir.
- Bireysel ihtiyaç ve yetenekler ölçüte dâhil edilmelidir.
- Kapsam kent merkeziyle sınırlandırılmamalıdır.
- Dağıtım tercihleri görünür ve tartışılabilir kılınmalı ve buna yönelik veri altyapısı kurulmalıdır.
- Arazi tahsis parametreleri adalet taşıyıcısı olarak görülmelidir.
- Ulusal düzeydeki adalet kararları yerelde ielleştirilmelidir.

Bütün bu sonuçlar tek bir noktada birleşir. Erişilebilir kent, yalnızca fiziksel olarak ulaşılabilir bir kent değildir. Olanakların varlığı, ağ üzerinde erişilebilir olmaları ve makul yolculuk süreleriyle ulaşılabilmeleri, erişilebilir sayılmanın gerekli ancak yeterli olmayan koşullarıdır. Asıl belirleyici olan, bu erişimin toplumsal gruplar ve mekânlar arasındaki dağılımıdır. Kentsel hizmetlere ve fırsatlara erişimde

ortaya çıkan mekânsal farklılıkların azaltılması, bu nedenle erişilebilir kent anlayışının dışsal bir tamamlayıcısı değil, tanımının kurucu bir parçasıdır. Erişim farklılıkları, fırsatların mekânsal dağılımını bireylerin eğitim, sağlık, istihdam ve toplumsal katılım olanaklarına dönüştürdüğünde ve kendini pekiştiren bir döngü içinde eşitsizliği zamanla derinleştirdiğinde, yüksek ortalama erişim düzeyleri kentin erişilebilirliğini kanıtlamaya yetmez. Erişilebilir kent ideali, bu ilkeler benimsenmeden yalnızca bir altyapı hedefi olarak kalır; mekânsal farklılıkların azaltılması ilkesiyle birlikte ele alındığında ise bir adalet projesine dönüşür.

Kaynaklar

- Acheampong, R. A., & Silva, E. A. (2015). Land use–transport interaction modeling: A review of the literature and future research directions. *Journal of Transport and Land Use*, 8(3), 1–21. <https://doi.org/10.5198/jtlu.2015.806>
- Adegeye, A. O., & Coetzee, J. (2019). Exploring the fragments of spatial justice and its relevance for the global South. *Development Southern Africa*, 36(3), 376–389. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2018.1495062>
- Akyol Altun, T. D. (2010). *Kent çeperlerindeki az katlı konut topluluklarının kullanıcı-mekân ilişkisi bağlamında değerlendirilmesi: İzmir örneği* [Doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. (Tez No. 283683).
- Amorim, J. de M., Silva, J. de A. e, & Gonçalves, J. (2025). Equity and spatial justice perspectives in transportation. *Urban Science*, 9(5), 163. <https://doi.org/10.3390/urbansci9050163>
- Ashik, F. R., Mim, S. A., & Neema, M. N. (2019). Towards vertical spatial equity of urban facilities: An integration of spatial and aspatial accessibility. *Journal of Urban Management*, 9(1), 77–92. <https://doi.org/10.1016/j.jum.2019.11.004>
- Azmoodeh, M., Haghighi, F., & Motieyan, H. (2021). Proposing an integrated accessibility-based measure to evaluate spatial equity among different social classes. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 48(9), 2790–2807. <https://doi.org/10.1177/2399808321991543>
- Bantis, T., & Haworth, J. (2020). Assessing transport related social exclusion using a capabilities approach to accessibility framework: A dynamic Bayesian network approach. *Journal of Transport Geography*, 84, 102673. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2020.102673>
- Bask, M. (2015). Cumulative (dis)advantage and the Matthew effect in life-course analysis. *PLoS ONE*, 10(11), e0142447. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0142447>
- Benenson, I., Martens, K., Rofè, Y., & Kwartler, A. (2010). Public transport versus private car GIS-based estimation of accessibility applied to the Tel Aviv metropolitan area. *The Annals of Regional Science*, 47(3), 499–515. <https://doi.org/10.1007/s00168-010-0392-6>
- Boisjoly, G., & El-Geneidy, A. (2016). Daily fluctuations in transit and job availability: A comparative assessment of time-sensitive accessibility measures. *Journal of Transport Geography*, 52, 73–81. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2016.03.004>
- Bolten, N., & Caspi, A. (2021). Towards routine, city-scale accessibility metrics: Graph theoretic interpretations of pedestrian access using personalized pedestrian network analysis. *PLoS ONE*, 16(3), e0248399. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248399>

- Bu listedeki kaynaklarda özellikle Şahin vd. ve Wee & Geurs kayıtlarında yazar bilgileri hatalı. Diğerlerini de APA 7'ye göre standartlaştırdım.
- Byrne, J., & Sipe, N. (2010). *Green and open space planning for urban consolidation: A review of the literature and best practice*. eCite Digital Repository, University of Tasmania. <http://ecite.utas.edu.au/127233>
- Che, Y., Wang, A., Gao, Y., & Wang, Y. (2026). *An integrated analytical framework for assessing public transport equity using multidimensional accessibility metrics and spatial visualization* (93). [Bu kaydın yayın türü ve 93 bilgisini ayrıca doğrulamak gerekir; DOI tek başına yeterli bibliyografik bilgi vermiyor.]
- Chen, X., & Jia, P. (2019). A comparative analysis of accessibility measures by the two-step floating catchment area (2SFCA) method. *International Journal of Geographical Information Science*, 33(9), 1739–1758. <https://doi.org/10.1080/13658816.2019.1591415> Taylor & Francis Online
- Chen, Y. (2015). The distance-decay function of geographical gravity model: Power law or exponential law? *Chaos, Solitons & Fractals*, 77, 174–189. <https://doi.org/10.1016/j.chaos.2015.05.022> ScienceDirect
- Christiaanse, S. (2020). Rural facility decline: A longitudinal accessibility analysis questioning the focus of Dutch depopulation-policy. *Applied Geography*, 121, 102251. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2020.102251> Groningen Araştırma Portali
- Condeço-Melhorado, A., & Reggiani, A. (2014). Accessibility and spatial interaction. In *[Kitap bölümü]*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781782540731>
- Çakay, M. E., Kılıçer, A., Örnek, H., Toprak, İ., Artık, M., Yüksel, S., Karadağ, Ş., Ertan, Y., Kılıç, G., Özcan, T., Göktaş, G., & Kaptaner, H. (2013). *2014–2023 dönemi TRB2 Bölgesi bölge planı: 2. revizyon*. Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı.
- Dalal, P., & Goulias, K. G. (2011). *Geovisualization of opportunity accessibility in Southern California: An exploration of spatial distribution patterns using geographic information systems for equity analysis*. Transportation Research Board 90th Annual Meeting. <https://trid.trb.org/view/1091588>
- Dixit, M., & Sivakumar, A. (2020). Capturing the impact of individual characteristics on transport accessibility and equity analysis. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 87, 102473. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102473>
- Faghri, A., Boyle, P. M., & Lee, D. (2022). Review of social equity and environment in urban transportation. *Current Urban Studies*, 10(4), 556–574. <https://doi.org/10.4236/cus.2022.104033>

- Fainstein, S. S. (2013). The just city. *International Journal of Urban Sciences*, 18(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/12265934.2013.834643>
- Filho, A. C. de P., & Pina, A. C. de. (2010). Methods and techniques in urban engineering. In *[Kitap bölümü]*. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/232>
- Ford, A., Barr, S., Dawson, R., & James, P. (2015). Transport accessibility analysis using GIS: Assessing sustainable transport in London. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 4(1), 124–149. <https://doi.org/10.3390/ijgi4010124>
- Garrido, M. D. P. (2018). Social sustainability in metropolitan areas: Accessibility and equity in the case of the Metropolitan Area of Valencia (Spain). *Sustainability*, 10(2), 371. <https://doi.org/10.3390/su10020371>
- Geur, K. T., Krizek, K. J., & Reggiani, A. (2012). Accessibility analysis and transport planning. In *[Kitap bölümü]*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781781000113>
- Geurs, K., & Macharis, C. (2019). The future of European communication and transportation research: A research agenda. *REGION*, 6(3). <https://doi.org/10.18335/region.v6i3.281>
- Görentaş, G. (2015). *Van'ın büyükşehir olma sürecinde ulaşım planlaması: Politika ve ilkeler* [Yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi].
- Guida, C., & Caglioni, M. (2020). Urban accessibility: The paradox, the paradigms and the measures: A scientific review. *SHILAP Revista de Lepidopterología*. <https://doi.org/10.6092/1970-9870/6743>
- Guida, C., Carpentieri, G., & Masoumi, H. (2022). Measuring spatial accessibility to urban services for older adults: An application to healthcare facilities in Milan. *European Transport Research Review*, 14(1), 23. <https://doi.org/10.1186/s12544-022-00544-3>
- Lucas, K., van Wee, B., & Maat, K. (2016). A method to evaluate equitable accessibility: Combining ethical theories and accessibility-based approaches. *Transportation*, 43(3), 473–490. <https://doi.org/10.1007/s11116-015-9585-2>
- Lyu, G., Bertolini, L., & Pfeffer, K. (2020). How does transit-oriented development contribute to station area accessibility? A study in Beijing. *International Journal of Sustainable Transportation*, 14(7), 533–543. <https://doi.org/10.1080/15568318.2019.1578841>
- Malaker, T., & Meng, Q. (2024). Urban disparity analytics using GIS: A systematic review. *Sustainability*, 16(14), 5956. <https://doi.org/10.3390/su16145956>
- Martens, K. (2012). Justice in transport as justice in accessibility: Applying Walzer's "Spheres of Justice" to the transport sector. *Transportation*, 39(6), 1035–1053. <https://doi.org/10.1007/s11116-012-9388-7>

- Mayaud, J., Tran, M., Pereira, R. H. M., & Nuttall, R. (2018). Future access to essential services in a growing smart city: The case of Surrey, British Columbia. *Computers, Environment and Urban Systems*, 73, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.compenvurbsys.2018.07.005>
- Mazıcıoğlu, E., & Yenice, M. S. (2019). Konut ve konut yer seçiminde etkili ölçütlerin kentsel yaşam kalitesi bağlamında değerlendirilmesi: Gaziantep örneği. *ARTIUM*, 7(2), 153–169.
- Mitinje, E., & Jabareen, Y. (2026). A new conceptual framework for understanding the contribution of spatial planning and zoning parameters to social justice. *Land*, 15(1), 116. <https://doi.org/10.3390/land15010116>
- Moroni, S. (2020). The just city. Three background issues: Institutional justice and spatial justice, social justice and distributive justice, concept of justice and conceptions of justice. *Planning Theory*, 19(3), 251–267. <https://doi.org/10.1177/1473095219877670>
- Nations, U. (2014). *World urbanization trends 2014: Key facts*. United Nations. <https://doi.org/10.18356/685065dd-en>
- Nelson, R., Warnier, M., & Verma, T. (2025). *Ethically informed urban planning: Measuring distributive spatial justice for neighbourhood accessibility*. Research Square. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-4293613/v2>
- Neutens, T., Delafontaine, M., Scott, D. M., & De Maeyer, P. (2011). A GIS-based method to identify spatiotemporal gaps in public service delivery. *Applied Geography*, 32(2), 253–264. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2011.05.006>
- Neutens, T., Delafontaine, M., Scott, D. M., & De Maeyer, P. (2012). An analysis of day-to-day variations in individual space–time accessibility. *Journal of Transport Geography*, 23, 81–91. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2012.04.001>
- Neutens, T., Schwanen, T., Witlox, F., & De Maeyer, P. (2010). Evaluating the temporal organization of public service provision using space-time accessibility analysis. *Urban Geography*, 31(8), 1039–1064. <https://doi.org/10.2747/0272-3638.31.8.1039>
- Nicoletti, L., Sirenko, M., & Verma, T. (2023). Disadvantaged communities have lower access to urban infrastructure. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 50(3), 831–849. <https://doi.org/10.1177/23998083221131044>
- Oh, S., & Wang, X. (2018). Urban rail transit provides the necessary access to a metropolitan area: A case study of Portland, Oregon, USA. *Urban Rail Transit*, 4(4), 234–248. <https://doi.org/10.1007/s40864-018-0095-3>
- Oshan, T. (2022). Spatial interaction modeling. In *[Kitap bölümü]* (pp. 208–222). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789903942.00020>

- Özgür, E. M. (2009). İkametgâh memnuniyeti ve şehir içi ikametgâh hareketliliği. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 7(2), 111–127. https://doi.org/10.1501/Cogbil_0000000098
- Özgür, E. M., & Yasak, Ü. (2009). Şehir içi ikametgâh hareketliliğine kuramsal bir bakış. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 7(1), 39–50. https://doi.org/10.1501/Cogbil_0000000093
- Pan, M., Dahal, P., Lim, H., & Pandey, B. (2025). Geospatial analysis of freight accessibility and job attraction: The role of interstate ramps, airports, ports, and rail. *Journal of Transport Geography*, 123, 104131. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2025.104131>
- Papa, E., & Bertolini, L. (2015). Accessibility and transit-oriented development in European metropolitan areas. *Journal of Transport Geography*, 47, 70–83. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2015.07.003>
- Pereira, R. H. M. (2018). Transport legacy of mega-events and the redistribution of accessibility to urban destinations. *Cities*, 81, 45–60. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.03.013>
- Pereira, R. H. M., Schwanen, T., & Banister, D. (2017). Distributive justice and equity in transportation. *Transport Reviews*, 37(2), 170–191. <https://doi.org/10.1080/01441647.2016.1257660>
- Pojani, D., & Stead, D. (2018). Past, present and future of transit-oriented development in three European capital city-regions. In *Advances in transport policy and planning* (pp. 93–118). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/bs.atpp.2018.07.003>
- Pot, F. J., van Wee, B., & Tillema, T. (2021). Perceived accessibility: What it is and why it differs from calculated accessibility measures based on spatial data. *Journal of Transport Geography*, 94, 103090. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2021.103090>
- Pucci, P., Vecchio, G., Bocchimuzzi, L. V., & Lanza, G. (2019). Inequalities in job-related accessibility: Testing an evaluative approach and its policy relevance in Buenos Aires. *Applied Geography*, 107, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2019.04.002>
- Raimbault, J., & Nèchet, F. L. (2021). Introducing endogenous transport provision in a LUTI model to explore polycentric governance systems. *Journal of Transport Geography*, 94, 103115. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2021.103115>
- Reggiani, A. (2022). The architecture of connectivity: A key to network vulnerability, complexity and resilience. *Networks and Spatial Economics*, 22(3), 415–437. <https://doi.org/10.1007/s11067-022-09563-y>

- Rigolon, A., Browning, M. H. E. M., McAnirlin, O., & Yoon, H. (2021). Green space and health equity: A systematic review on the potential of green space to reduce health disparities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5), 2563. <https://doi.org/10.3390/ijerph18052563>
- Rowangould, D., Karner, A., Levine, K., & Alcorn, L. (2024). “I’d like accessibility analysis to help us shape the future”: Transportation practitioners and accessibility measurement. *Transportation Research Record*, 2678(10), 1536–1550. <https://doi.org/10.1177/03611981241239653>
- Ruiz-Pérez, M., Seguí-Pons, J. M., & Salleras-Mestre, X. (2023). Bibliometric analysis of equity in transportation. *Heliyon*, 9(8), e19089. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19089>
- Salazar, J. E. A., Rincón, S. W., & García, D. A. E. (2025). Diverse opportunity potential through geographic accessibility modeling as a basis for planning towards the 15-minute city and spatial justice. *Future Cities and Environment*, 11. <https://doi.org/10.70917/fce-2025-033>
- Salze, P., Banos, A., Oppert, J., Charreire, H., Casey, R., Simon, C., Chaix, B., Badariotti, D., & Weber, C. (2011). Estimating spatial accessibility to facilities on the regional scale: An extended commuting-based interaction potential model. *International Journal of Health Geographics*, 10(1), 2. <https://doi.org/10.1186/1476-072X-10-2>
- Shi, Y., Blainey, S., Sun, C., & Jing, P. (2020). A literature review on accessibility using bibliometric analysis techniques. *Journal of Transport Geography*, 87, 102810. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2020.102810>
- Smith, R. M., Deb, D., Blizard, Z., & Midgett, R. (2023). A planner’s quest for identifying spatial (in)justice in local communities: A case study of urban census tracts in North Carolina, USA. *Applied Geography*, 158, 103030. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2023.103030>
- Stafford, L., & Tye, I. (2023). “I have mentally cancelled a lot of trips”: Trips not made by disabled people due to public transport inequity in lutruwita/Tasmania. *Journal of Transport Geography*, 111, 103668. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2023.103668>
- Şekeroğlu, B., & Öztop, H. (2020). Ailelerin konut ve çevresel kalite memnuniyetine etki eden faktörlerin incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 38(3), 585–608. <https://doi.org/10.17065/huniibf.641366>
- Talen, E. (1998). Visualizing fairness: Equity maps for planners. *Journal of the American Planning Association*, 64(1), 22–38. <https://doi.org/10.1080/01944369808975954>

- Udhayasekar, S. V., Srinivasan, K. K., & Chilukuri, B. R. (2026). Revisiting transit accessibility: Effect of stochasticity, real-time information, congestion, and network structure. *Journal of Engineering and Applied Science*, 73(1). <https://doi.org/10.1186/s44147-026-00887-x>
- Vecchio, G., Tiznado-Aitken, I., & Hurtubia, R. (2020). Transport and equity in Latin America: A critical review of socially oriented accessibility assessments. *Transport Reviews*, 40(3), 354–381. <https://doi.org/10.1080/01441647.2020.1711828>
- Wang, Y., Chen, B. Y., Yuan, H., Wang, D., Lam, W. H. K., & Li, Q. (2018). Measuring temporal variation of location-based accessibility using space-time utility perspective. *Journal of Transport Geography*, 73, 13–24. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2018.10.002>
- Wee, B. van, & Geurs, K. (2011). Discussing equity and social exclusion in accessibility evaluations. *European Journal of Transport and Infrastructure Research*, 11(4), 350–367. <https://doi.org/10.18757/ejtir.2011.11.4.2940> TU Delft Açık Dergiler
- Xia, Y., Chen, H., Zuo, C., & Zhang, N. (2022). The impact of traffic on equality of urban healthcare service accessibility: A case study in Wuhan, China. *Sustainable Cities and Society*, 86, 104130. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2022.104130>
- Xiao, Y., Wang, Z., Li, Z., & Tang, Z. (2016). An assessment of urban park access in Shanghai: Implications for social equity in urban China. *Landscape and Urban Planning*, 157, 383–393. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2016.08.007>
- Yeganeh, A., Hall, R. P., Pearce, A. R., & Hankey, S. (2018). A social equity analysis of the U.S. public transportation system based on job accessibility. *Journal of Transport and Land Use*, 11(1). <https://doi.org/10.5198/jtlu.2018.1370>
- Yılmaz Şimşek, Z. (2021). *Van kentinde konut üretim faaliyetleri ve kentin mekânsal gelişimine etkileri*. [Bu kaynağın yayın türü bilgisi eksik.]
- Young, W. (1991). *An international review of transport strategies and urban development objectives*. New Zealand Land Transport Symposium.
- Zhang, L. (2009). *Co-evolution of transportation and land use: Modeling historical dependencies in land use and transportation decision making*. Oregon Transportation Research and Education Consortium.
- Zhu, H., Li, J., Li, J., Yuan, Z., Li, J., & Li, J. (2023). Bibliometric analysis of spatial accessibility from 1999–2022. *Sustainability*, 15(18), 13399. <https://doi.org/10.3390/su151813399>