

# **SOSYAL BİLİMLERDE TEORİK VE UYGULAMALI PERSPEKTİFLER 1**

**Editör: Doç. Dr. Filiz ER**



**SOSYAL BİLİMLERDE  
TEORİK VE UYGULAMALI  
PERSPEKTİFLER 1**

**Editör**

**Doç. Dr. Filiz ER**



***Sosyal Bilimlerde Teorik ve Uygulamalı Perspektifler 1***  
***Editör: Doç. Dr. Filiz ER***

**Genel Yayın Yönetmeni:** Berkan Balpetek  
**Kapak ve Sayfa Tasarımı:** Duvar Design  
**Baskı:** Mart 2025  
**Yayıncı Sertifika No:** 49837  
**ISBN:** 978-625-5551-73-3

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

[www.duvar yayinlari.com](http://www.duvar yayinlari.com)  
[duvarkitabevi@gmail.com](mailto:duvarkitabevi@gmail.com)

***\*Yayınevi ve editörler, yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilecek etik ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp kitapta yer alan yazıların sorumluluğu yazar(lar)ına aittir.***

## İÇİNDEKİLER

### Bölüm 1 .....1

Üretken Yapay Zeka Uygulamalarının Pazarlama Bilgi Sistemi ile Entegrasyonu

*Arif KIRMIZIKAYA*

### Bölüm 2 .....17

Müşterilerin Çevrim İçi Yöresel Yiyecek Alışverişine Yönelik  
Yorumlarının Analizi: Hepsiburada Örneği

*Elif ASLAN*

### Bölüm 3 .....32

Zeytin'in Ekonomik Değeri

*Enes ASLAN, Emine AY YİĞİT*

### Bölüm 4 .....43

Avrupa Kültürünün Taşıyıcısı Olarak Film Festivallerinin Seyri

*Erke KESOVA*

### Bölüm 5 .....56

Uluslararası Öğrencilerin Uyum Sürecindeki Etkenler ve  
Sosyo-Kültürel İlişkileri:

Dokuz Eylül Üniversitesi Örneği

*Ahmet Can DEMİR, Gazanfer KAYA*

### Bölüm 6 .....78

Türkiye’de Yeşil Finans ve Yeşil Lojistiğin İhracata Etkileri

*Burhan GÜNAY, İlay TAŞ*

**Bölüm 7 .....90**

6360 Sayılı Kanun ile Köyden Mahalleye Dönüşen Yerleşmelerdeki

Hizmet Değişimi: Çarşamba Örneği

*Kemal YAMAN , Recep EKEN*

**Bölüm 8 .....114**

Kazak Halkının Gelenek ve Görenekleri

*Mukhabbat MASSADİKOVA*

**Bölüm 9 .....126**

Turistik Rotalar, Rus Dili ve Uluslararası Turizmin Gelişimi:

Mersin Şehri Sakinlerinin Görüşleri

*Ömer BİÇER , Svetlana KONDRATEVA*

**Bölüm 10 .....140**

Öğretmen Adaylarının Görüşleri Açısından Akademik

Aidiyet ve Akademik Uyum

*Selçuk DEMİR*

**Bölüm 11 .....151**

Katılım Bankacılığının Finansal Kapsayıcılığa Katkısı;

Türkiye ve Malezya Üzerine Bir Karşılaştırma

*Senanur DOĞAN, Burhan GÜNAY*

**Bölüm 12 .....161**

Türk Bürokrasisinin Dönüşümü

*Sezai ZEYBEKOĞLU*

**Bölüm 13 .....183**

Bilgi Ekonomisi Olma Yolunda Türkiye

*Nadir EROĞLU, Şükrü DEMİRCİ*

**Bölüm 14 .....205**

Türk Devletlerinde Mali Hukuk Kavramlarının  
Semantik Analizi ve Literatüre Etkilerinin Değerlendirilmesi

*Taner ERCAN*

**Bölüm 15 .....220**

Yüksek Teknoloji İhracatının Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi:  
BRICS-T Ülkeleri İçin Panel Veri Analizi

*Tuğba KONUK*

**Bölüm 16 .....230**

Özel Güvenlik Konusundaki Uluslararası Yayınların  
Bibliyometrik Olarak İncelenmesi

*Muharrem ESENKAYA, Yaşar ŞAHİN*

**Bölüm 17 .....243**

Toplumsal Cinsiyet Rollerini Çerçevesinde Zorunlu Bir Şekilleniş:  
Erkeklik Bunalımı Üzerine Bir İnceleme

*Yunus KARA, Tuğba Billur KAYA*

**Bölüm 18 .....260**

Monsieur D'Aramon Seyahatnamesi'nde  
Kanuni Sultan Süleyman Dönemi İstanbul'u

*Ahmet ÖZKAN*

**Bölüm 19 .....281**

Küresel Riskler ve Sürdürülebilir Kalkınma  
Hedeflerinin Ulaşılabilirliği

*Emel YILDIZ*

# Bölüm 1

## Üretken Yapay Zeka Uygulamalarının Pazarlama Bilgi Sistemi ile Entegrasyonu

Arif KIRMIZIKAYA<sup>1</sup>

### Giriş

Günümüzde pazarlama dünyası hızla dijitalleşirken, firmalar rekabet avantajı sağlamak için yeni teknolojilere yönelmektedir. Bu teknolojiler arasında üretken yapay zekâ (ÜYZ), pazarlama süreçlerini optimize etme ve müşteri deneyimini geliştirme potansiyeli ile öne çıkmaktadır. Pazarlama bilgi sistemleri (PBS), firmaların pazarlama stratejilerini belirlemelerine ve müşteri verilerini analiz etmelerine yardımcı olan önemli bir bileşendir. Üretken yapay zekâ ile pazarlama bilgi sisteminin entegrasyonu, pazarlama süreçlerini daha verimli hale getirerek firmalara önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu makalede, üretken yapay zekânın pazarlama bilgi sistemleriyle entegrasyonu ele alınarak, bu entegrasyonun sağlayabileceği avantajlar ve olası zorluklar incelenecektir.

2025 yılı itibarıyla yapay zekâ (YZ) teknolojilerinin pazarlama bilgi sistemleri ile entegrasyonu, iş dünyasında dönüştürücü bir rol oynamaya devam etmektedir. Gartner'ın 2023 yılında yayımladığı rapora göre, küresel çapta yapay zekâ tabanlı pazarlama çözümlerine yapılan yatırımların 2025 yılına kadar 65 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (Gartner, 2023). Ayrıca, Statista tarafından yapılan bir araştırma, 2025 yılında pazarlama otomasyonu ve kişiselleştirme araçlarının %70'inin yapay zekâ destekli sistemler tarafından yönetileceğini öngörmektedir (Statista, 2023). Bu gelişmeler, işletmelerin müşteri davranışlarını daha iyi analiz etme, kampanya performanslarını optimize etme ve müşteri deneyimini kişiselleştirme konularında yapay zekânın kritik bir rol üstlendiğini göstermektedir. Bununla birlikte, McKinsey ve Company'nin 2022 yılında yayımladığı bir çalışma, yapay zekâ entegrasyonu sayesinde pazarlama yatırım getirisinin ortalama %20-30 oranında artabileceğini ortaya koymaktadır (McKinsey ve Company, 2022). Bu istatistikler, yapay zekâ uygulamalarının

---

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi Dr., Avrasya Üniversitesi,  
<https://orcid.org/0000-0002-1445-9643>, [arif.kirmizikaya@avrasya.edu.tr](mailto:arif.kirmizikaya@avrasya.edu.tr).

pazarlama bilgi sistemleri ile entegrasyonunun, işletmeler için rekabet avantajı sağlamada ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Günümüzde yapay zekâ teknolojileri, iş dünyasında ve özellikle pazarlama alanında hızla yaygınlaşarak, geleneksel pazarlama stratejilerini dönüştürmekte ve yeni fırsatlar sunmaktadır. Bu bağlamda, üretken yapay zekâ uygulamalarının pazarlama bilgi sistemi ile entegrasyonu hem akademik hem de endüstriyel açıdan büyük bir öneme sahiptir. Bu bölüm yapay zekâ destekli pazarlama bilgi sistemlerinin nasıl daha etkili ve verimli hale getirilebileceğini inceleyerek, literatürdeki mevcut boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

Çalışmanın özgün değeri, yapay zekâ ve pazarlama bilgi sistemlerinin kesişiminde yeni bir perspektif sunması ve bu entegrasyonun işletmelere sağlayabileceği rekabet avantajlarını teorik ve pratik açıdan ortaya koymasındır. Ayrıca, bu araştırma, yapay zekâ teknolojilerinin etik ve gizlilik boyutlarını da dikkate alarak, sürdürülebilir ve sorumlu bir şekilde kullanımına yönelik öneriler getirmektedir. Literatürde benzer çalışmaların sınırlı olması (Smith ve Watson, 2022; Chen vd., 2021), bu araştırmanın alana katkısını daha da artırmaktadır. Bölüm hem akademisyenler hem de uygulayıcılar için yapay zekâ ve pazarlama bilgi sistemleri arasındaki sinerjiyi anlamaya yönelik kapsamlı bir kaynak olma potansiyeli taşımaktadır.

Üretken yapay zekâ ve pazarlama bilgi sistemi (PBS) kavramları, günümüz iş dünyasında veri odaklı karar alma süreçlerinin ve yenilikçi stratejilerin temelini oluşturmaktadır. Üretken yapay zekâ, yaratıcı içerik üretimi, kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri ve otomatik veri analizi gibi alanlarda pazarlama faaliyetlerine önemli katkılar sunarken; pazarlama bilgi sistemi, kurumların iç ve dış verileri sistematik bir şekilde toplama, analiz etme ve yorumlama süreçlerini yönetmektedir. Bu iki teknolojinin entegrasyonu, işletmelerin rekabet avantajı elde etmesini sağlayan dinamik bir sinerji yaratmaktadır. Üretken yapay zekâ ile Pazarlama bilgi sisteminin entegrasyonunun avantajları arasında, operasyonel verimliliğin artması, müşteri memnuniyetinin yükselmesi, pazarlama kampanyalarının etkinliğinin optimize edilmesi ve yenilikçi ürün geliştirme süreçlerinin hızlandırılması sayılabilmektedir. Ancak, bu entegrasyon sürecinde karşılaşılan zorluklar da göz ardı edilmemelidir. Bu bölüm, söz konusu entegrasyonun teorik temellerini, avantajlarını ve zorluklarını kapsamlı bir şekilde ele almaktadır.

## **1. Üretken Yapay Zekâ ve Pazarlama Bilgi Sistemi**

Üretken yapay zekâ (ÜYZ), metin, görsel, video ve diğer içerikleri oluşturabilen derin öğrenme modelleri sayesinde pazarlama dünyasında önemli bir yer edinmiştir. Bu teknoloji, müşteri taleplerini analiz etme, kişiselleştirilmiş

içerikler üretme ve müşteri hizmetlerini otomatikleştirme gibi birçok süreci kolaylaştırmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2019). İşletmeler, ÜYZ'yi pazarlama stratejilerinde etkin bir şekilde kullanarak rekabet avantajı sağlayabilmekte ve müşteri memnuniyetini artırabilmektedir.

Pazarlama bilgi sistemi (PBS), işletmelerin müşteri verilerini toplamak, analiz etmek ve karar alma süreçlerine entegre etmek için kullandıkları bir sistemdir. Kotler ve Keller (2021), Pazarlama bilgi sisteminin iç ve dış kaynaklardan gelen verileri işleyerek yöneticilere stratejik kararlar almada rehberlik ettiğini vurgulamaktadır. PBS, veri madenciliği ve analitik teknikleriyle işletmelere müşteri davranışları hakkında değerli bilgiler sunmaktadır.

Üretken yapay zekanın pazarlama bilgi sistemi ile entegrasyonu, büyük veri analitiği ve yapay zekâ destekli müşteri içgörülerini ile pazarlama stratejilerinin daha verimli hale gelmesini sağlamaktadır. Örneğin, ÜYZ sayesinde müşteri segmentasyonu daha hassas yapılabilir ve bu sayede hedef kitleye özel kampanyalar oluşturulabilir. Kişiselleştirilmiş pazarlama, tüketicilerin ilgi alanlarına ve geçmiş davranışlarına göre şekillendiğinde daha etkili sonuçlar vermektedir (Chaffey ve Ellis-Chadwick, 2019).

Üretken yapay zekânın sağladığı bir diğer avantaj, dinamik fiyatlandırma stratejilerinin geliştirilmesidir. Makine öğrenimi modelleri, müşteri talebi, rekabet koşulları ve piyasa trendlerini analiz ederek anlık fiyatlandırma önerileri sunabilir. Özellikle konaklama ve e-ticaret sektörlerinde dinamik fiyatlandırma, işletmelerin kârlılıklarını artırmada önemli bir rol oynamaktadır (Buhalis ve Foerste, 2015).

Ayrıca, ÜYZ tabanlı sohbet botları ve sanal asistanlar, müşteri hizmetlerinde devrim yaratmaktadır. Geleneksel müşteri hizmetleri departmanlarının aksine, yapay zekâ destekli çözümler 7/24 kesintisiz hizmet sunarak müşteri deneyimini iyileştirmektedir. IBM'in geliştirdiği Watson gibi yapay zekâ sistemleri, müşteri sorularına anında yanıt verebilmekte ve sık karşılaşılan sorunları çözebilmektedir (Davenport ve Ronanki, 2018).

İçerik üretimi açısından da ÜYZ, pazarlamacılar için büyük bir kolaylık sağlamaktadır. Yapay zekâ destekli içerik oluşturma araçları, sosyal medya gönderilerinden ürün açıklamalarına kadar geniş bir yelpazede içerik üretmektedir. Bu hem zamandan tasarruf sağlar hem de marka tutarlılığını artırarak hedef kitleye uygun mesajların iletilmesini kolaylaştırmaktadır (Gursoy, 2022).

Üretken yapay zekanın pazarlama bilgi sistemi ile entegre edilmesi, işletmelere müşteri geri bildirimlerini analiz etme ve bu doğrultuda mal veya hizmet geliştirme fırsatı sunar. Sosyal medya yorumları, müşteri anketleri ve çağrı merkezi kayıtları analiz edilerek müşteri memnuniyeti artırılabilir.

Yapay zekâ, bu geri bildirimleri anlamlandırarak işletmelere öneriler sunmaktadır (Rust ve Huang, 2021).

Bununla birlikte, ÜYZ'nin etik ve gizlilik yönleri de dikkate alınmalıdır. Büyük veri ve yapay zekâ destekli sistemlerin kullanımı, müşteri mahremiyeti açısından bazı riskler taşımaktadır. İşletmelerin, veri gizliliği politikalarına uyum sağlaması ve şeffaf bir veri yönetimi stratejisi izlemesi gerekmektedir (Acemoglu ve Restrepo, 2020).

Üretken yapay zekanın pazarlama bilgi sistemi ile entegrasyonu pazarlama stratejilerini daha verimli hale getirerek müşteri deneyimini geliştirmekte ve işletmelere önemli avantajlar sunmaktadır. Ancak, bu teknolojilerin etik kullanımı ve veri güvenliği konularında dikkatli olunması gerekmektedir. Gelecekte, ÜYZ'nin gelişimi ile pazarlama süreçlerinin daha da otomatikleşmesi ve kişiselleştirilmesi beklenmektedir.

## **2. Üretken Yapay Zekâ ile PBS Entegrasyonunun Avantajları**

Üretken yapay zekâ ve Pazarlama bilgi sisteminin entegrasyonu birçok avantaj sunmaktadır. Bu avantajlar kişiselleştirilmiş pazarlama, veri analitiği ve öngörüselleştirme, otomatik içerik üretimi, chatbot ve müşteri hizmetleri otomasyonudur.

### **2.1. Kişiselleştirilmiş Pazarlama**

Üretken yapay zekâ, müşteri verilerini analiz ederek özelleştirilmiş reklam metinleri, e-posta kampanyaları ve sosyal medya içerikleri üretebilir (Berman, 2020). Bu sayede firmalar, müşteri deneyimini artırarak sadakat oranlarını yükseltebilirler.

Günümüz dijital pazarlama stratejileri, tüketicilerin bireysel tercihlerine ve davranışlarına dayalı olarak özelleştirilmiş deneyimler sunmayı amaçlamaktadır. Bu noktada, Üretken Yapay Zekâ ile Pazarlama Bilgi Sistemleri entegrasyonu, kişiselleştirilmiş pazarlama süreçlerini daha etkili hale getirmektedir. ÜYZ, büyük veri analitiği ve makine öğrenimi teknikleri kullanarak müşteri davranışlarını tahmin edebilmekte ve firmalara hedef kitlesine özel pazarlama stratejileri geliştirme imkânı tanımaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2019).

Kişiselleştirilmiş pazarlama, tüketicilere bireysel ilgi alanlarına, demografik yapılarına ve önceki satın alma davranışlarına uygun mesajlar sunmayı hedefler. PBS, müşteri ilişkileri yönetimi ve veri madenciliği teknikleriyle büyük miktarda müşteri verisini işleyerek anlamlı içgörüler sunmaktadır (Wedel ve Kannan, 2016). ÜYZ'nin bu sistemlerle entegrasyonu, otomatik içerik üretimi, dinamik fiyatlandırma ve gerçek zamanlı müşteri önerileri sunma gibi avantajlar

sağlamaktadır. Bu sayede, firmalar müşteri beklentilerine hızla yanıt verebilmekte ve marka sadakatini artırabilmektedirler.

Ayrıca, ÜYZ'nin müşteri segmentasyonu üzerindeki etkisi de göz ardı edilemez. Geleneksel segmentasyon yöntemleri statik ve sınırlı veri kümeleri ile çalışırken, ÜYZ büyük hacimli verileri analiz ederek dinamik ve daha hassas segmentler oluşturabilmektedir (Rust ve Huang, 2021). Bu sayede, bireysel müşteri tercihleri daha iyi anlaşılır ve hedeflenmiş kampanyalar daha etkili şekilde uygulanır. Özellikle e-ticaret platformlarında, ÜYZ destekli PBS sistemleri, kullanıcıların gezinme geçmişine ve önceki satın alımlarına dayanarak kişiselleştirilmiş öneriler sunarak dönüşüm oranlarını artırmaktadır.

Üretken yapay zekanın pazarlama bilgi sistemi ile entegrasyonu, sadece müşteri deneyimini geliştirmekle kalmamakta, aynı zamanda işletmelerin pazarlama maliyetlerini de optimize etmelerine yardımcı olmaktadır. Geleneksel pazarlama kampanyaları, geniş kitlelere hitap ederken yüksek maliyetler doğurabilmektedir. Oysa ÜYZ tabanlı kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri, bütçenin daha etkin kullanılmasını sağlar ve yatırım getirisi açısından daha verimli sonuçlar elde edilmesine olanak tanır (Davenport vd., 2020). Örneğin, programatik reklamcılıkta ÜYZ kullanımı, her bir kullanıcının ilgi alanına göre otomatik olarak içerik üretimi sağlayarak reklam harcamalarının gereksiz maliyetlerini azaltmaktadır.

Bununla birlikte, kişiselleştirilmiş pazarlamanın etik boyutları da dikkate alınmalıdır. ÜYZ'nin müşteri verilerini analiz etmesi, mahremiyet ve veri güvenliği ile ilgili endişeleri beraberinde getirmektedir (Acquisti vd., 2015). PBS ile entegre ÜYZ sistemlerinin, kişisel verilerin korunmasına yönelik yasal düzenlemelere uyum sağlaması gerekmektedir. GDPR ve KVKK gibi veri gizliliği yasaları çerçevesinde, müşteri verilerinin etik bir şekilde işlenmesi, firmaların uzun vadede güvenilirliklerini artırmaları açısından kritik öneme sahiptir.

Üretken yapay zekanın pazarlama bilgi sistemi ile entegrasyonu, kişiselleştirilmiş pazarlamanın etkinliğini artırarak firmaların müşteri beklentilerine daha hızlı ve doğru şekilde yanıt vermelerini sağlamaktadır. Bu entegrasyon sayesinde, müşteri segmentasyonu daha doğru yapılmakta, pazarlama bütçeleri daha etkin yönetilmekte ve müşteri deneyimi iyileştirilmektedir. Ancak, bu süreçte veri güvenliği ve etik kuralların göz önünde bulundurulması, müşteri sadakatinin sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Gelecekte, ÜYZ'nin gelişimiyle birlikte kişiselleştirilmiş pazarlama uygulamalarının daha sofistike hale gelmesi ve müşteri etkileşimini daha da derinleştirilmesi beklenmektedir.

## 2.2. Veri Analitiği ve Öngörüs el Modelleme

 retken yapay zekâ pazarlama bilgi sistemi içinde bulunan müşteri verilerini analiz ederek gelecekteki müşteri davran   larını tahmin edebilmektedir. Örneğin, geçmiş satın alma verilerini inceleyerek m  sterilerin hangi ürünlere ilgi g  sterece ini  ng rebilir (Rust ve Huang, 2021).

  letmeler ve kamu kurumları, veri odaklı karar alma süreçlerini iyileştirmek için giderek daha fazla yapay zekâ (YZ) teknolojilerine yönelmektedir. Bu bağlamda, üretken yapay zekânın (ÜYZ) performans bilgi sistemleri (PBS) ile entegrasyonu, veri analitiği ve  ng r sel modelleme süreçlerinde önemli avantajlar sunmaktadır. ÜYZ, büyük hacimli verileri i leyerek anlamlı i  r r ler oluşturabilen ve çeşitli senaryoları simüle edebilen bir teknoloji olarak öne çıkmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2019). PBS'nin temel amacı, organizasyonların performanslarını izlemek, değerlendirmek ve iyileştirmek olduğundan, ÜYZ destekli sistemlerin sunduğu veri analitiği kabiliyetleri, karar alma süreçlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır.

Veri analitiği, büyük veri kümelerinin analiz edilerek anlamlı desenlerin ve eğilimlerin belirlenmesini sağlayan bir süreçtir (Provost ve Fawcett, 2013). PBS entegrasyonu ile birlikte ele alındığında, ÜYZ'nin sağladığı otomatik veri analizi ve modelleme teknikleri, organizasyonların geçmiş performans verilerinden hareketle stratejik kararlarını optimize etmelerine yardımcı olmaktadır. ÜYZ, geleneksel analitik yöntemlere kıyasla daha geniş çaplı ve derinlemesine analizler gerçekleştirebilir, böylece yöneticilere daha kapsamlı ve hızlı i  r r ler sunabilir (Ghassemi vd., 2018).

 ng r sel modelleme, geçmiş verilere dayalı olarak gelecekteki olayları tahmin etmeye yönelik bir yaklaşımdır ve yapay zekâ teknolojileri bu süreçte büyük önem taşımaktadır (Shmueli ve Koppius, 2011). ÜYZ, PBS ile entegre edildiğinde, organizasyonların performans trendlerini analiz etmesine ve geleceğe dair daha isabetli tahminler yapmasına olanak tanınmaktadır. Özellikle makine öğrenimi ve derin öğrenme algoritmaları sayesinde, farklı senaryoların modellenmesi ve olası sonuçların değerlendirilmesi mümkün hale gelmektedir (Choi vd., 2020). Bu sayede, karar vericiler proaktif stratejiler geliştirebilir ve riskleri minimize edebilirler.

 retken yapa zekâ destekli veri analitiği ve  ng r sel modelleme, işletmeler ve kamu kurumları açısından operasyonel verimliliği artırma potansiyeline sahip olmaktadır. Örneğin, finans sektöründe ÜYZ destekli PBS kullanımı, dolandırıcılık tespitinde ve kredi risk analizinde hassasiyetin artırılmasına yardımcı olmaktadır (Hardoon vd., 2013). Benzer şekilde, sağlık sektöründe hasta verilerinin analiz edilmesiyle hastalıkların erken teşhis edilmesi ve tedavi süreçlerinin daha etkin yönetilmesi sağlanabilmektedir (Rajkomar vd., 2019). Bu

tür uygulamalar, organizasyonların rekabet avantajı elde etmesini ve toplumsal fayda sağlamasını mümkün kılmaktadır.

### **3.3. Otomatik İçerik Üretimi**

Üretken yapay zekâ, firmaların içerik üretme süreçlerini hızlandırarak pazarlama kampanyalarının daha dinamik hale gelmesini sağlamaktadır. Özellikle blog yazıları, sosyal medya paylaşımları ve ürün açıklamaları gibi metin tabanlı içeriklerde ÜYZ büyük kolaylık sağlamaktadır (Chui vd., 2018).

Üretken yapay zekâ, belirli algoritmalar ve derin öğrenme modelleri aracılığıyla insan benzeri metinler, görseller ve diğer içerikleri üretebilen sistemleri ifade eder. Bu teknoloji, birçok sektörde olduğu gibi planlama ve bütçeleme sistemleri ile entegre edildiğinde, içerik üretim süreçlerini büyük ölçüde otomatikleştirme avantajı sunmaktadır. PBS'nin veri odaklı yapısı ile ÜYZ'nin güçlü analiz ve üretim kapasitesi birleştiğinde, işletmelerin ve kamu kuruluşlarının içerik üretim süreçlerini daha verimli hale getirdiği gözlemlenmektedir (Chen ve Zhang, 2021). Özellikle raporlama, veri görselleştirme ve tahminleme gibi alanlarda otomatik içerik üretimi, karar alma mekanizmalarını hızlandırmakta ve operasyonel maliyetleri azaltmaktadır.

Otomatik içerik üretimi, PBS kapsamında yer alan finansal tablolar, bütçe raporları ve stratejik planların oluşturulmasını daha sistematik hale getirmektedir. Geleneksel yöntemlerle manuel olarak hazırlanan bu belgeler, ÜYZ'nin sağladığı metin oluşturma ve analiz yetenekleri ile kısa sürede hazırlanabilmektedir (Smith ve Lee, 2022). Ayrıca, yapay zekâ tabanlı sistemler, büyük veri setlerini tarayarak eğilimleri belirleyebilmekte ve ilgili içerikleri otomatik olarak üretebilmektedir (Jones vd., 2023). Böylece, karar vericiler güncel ve doğru bilgilere anında erişebilirken, içeriklerin tutarlılığı ve doğruluğu da artırılmaktadır.

### **3.4. Chatbot ve Müşteri Hizmetleri Otomasyonu**

Üretken yapay zekâ, müşteri hizmetleri süreçlerinde chatbotlar aracılığıyla hızlı ve etkili yanıtlar üreterek işletmelerin operasyonel maliyetlerini azaltabilir. Gelişmiş doğal dil işleme modelleri sayesinde, müşteri sorularına insan benzeri yanıtlar verilmesi mümkün hale gelmiştir (Davenport ve Ronanki, 2018).

İşletmeler, müşteri deneyimini iyileştirmek ve operasyonel verimliliği artırmak amacıyla üretken yapay zekâ ve PBS entegrasyonuna yönelmektedir. Özellikle chatbotlar ve müşteri hizmetleri otomasyonu, bu teknolojik dönüşümün en önemli bileşenlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Üretken yapay zekâ, büyük veri setlerinden öğrenerek müşterilere daha kişiselleştirilmiş ve etkili yanıtlar sunabilmekte, böylece müşteri hizmetleri süreçlerinde hız ve verimlilik sağlamaktadır (Huang ve Rust, 2021). Bu bağlamda, chatbotlar ve otomasyon

sistemleri, işletmelerin müşteri taleplerine anında ve kesintisiz yanıt vermesine olanak tanımaktadır.

Üretken yapay zekânın müşteri hizmetleri süreçlerinde kullanımı, insan kaynaklı hataları minimize ederek daha güvenilir bir hizmet sunulmasını mümkün kılmaktadır. Geleneksel müşteri hizmetleri departmanlarında, çalışanların deneyim ve bilgi seviyesine bağlı olarak yanıtların tutarlılığı değişebilirken, üretken yapay zekâ destekli chatbotlar, önceden belirlenen veri setleri ve algoritmalar doğrultusunda sürekli olarak doğru ve tutarlı yanıtlar üretebilmektedir (Lu vd., 2022). Ayrıca, bu sistemler dil işleme yetenekleri sayesinde müşterilerin duygu ve niyetlerini analiz edebilmekte ve böylece daha proaktif bir hizmet anlayışı geliştirebilmektedir.

Müşteri hizmetleri otomasyonunun bir diğer avantajı ise zaman ve maliyet tasarrufudur. Geleneksel yöntemlerle müşteri hizmetleri sunan işletmeler, geniş bir çağrı merkezi ekibine ihtiyaç duyarken, yapay zekâ destekli chatbotlar 7/24 hizmet vererek iş gücü maliyetlerini önemli ölçüde azaltmaktadır (Wirtz vd., 2018). Özellikle yoğun müşteri taleplerine sahip sektörlerde, otomasyon sistemleri sayesinde işletmelerin yanıt süreleri kısaltmakta ve müşteri memnuniyeti artmaktadır. Bunun yanı sıra, chatbotların sürekli olarak öğrenme yeteneği, zamanla daha doğru ve etkili yanıtlar vermesini sağlayarak işletmelerin rekabet avantajı elde etmesine katkıda bulunmaktadır.

### **3. Üretken Yapay Zekâ ile Pazarlama Bilgi Sisteminin Entegrasyon Sürecindeki Zorluklar**

Üretken Yapay Zekâ ile Pazarlama Bilgi Sisteminin entegrasyonu birçok avantaj sağlasa da bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bu zorluklar veri güvenliği ve gizliliği, model yanlılığı ve doğruluk sorunları ve entegrasyon maliyetleridir.

#### **3.1. Veri Güvenliği ve Gizliliği**

Üretken Yapay Zekânın müşteri verilerini analiz etmesi, veri güvenliği ve gizliliği açısından riskler oluşturabilir. Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR) gibi veri koruma düzenlemelerine uyum sağlamak için firmaların güvenlik protokollerini güçlendirmeleri gerekmektedir (Brynjolfsson ve McAfee, 2017).

Üretken yapay zekâ (ÜYZ), pazarlama bilgi sistemlerine (PBS) entegre edilerek işletmelere rekabet avantajı sağlama potansiyeline sahiptir. Ancak bu entegrasyon süreci, özellikle veri güvenliği ve gizliliği açısından önemli zorluklar barındırmaktadır. ÜYZ'nin büyük veri kümelerini analiz etme, müşteri eğilimlerini tahmin etme ve kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri geliştirme

yeteneği, müşteri verilerinin daha yoğun bir şekilde işlenmesini gerektirir (Rust ve Huang, 2021). Bu süreçte, kişisel verilerin korunması, yetkisiz erişimlerin önlenmesi ve veri bütünlüğünün sağlanması gibi güvenlik ve gizlilik riskleri ön plana çıkmaktadır.

Veri güvenliği açısından en büyük tehditlerden biri, ÜYZ'nin geniş çaplı veri erişimine sahip olmasıdır. Makine öğrenimi algoritmaları, büyük hacimli müşteri verilerini analiz ederken, siber saldırılara karşı savunmasız hale gelebilir (Shin vd., 2022). Örneğın, siber suçlular, ÜYZ modellerinin eğitim verilerine müdahale ederek yanıltıcı sonuçlar üretmesine neden olabilmektedir. Bu durum, işletmelerin pazarlama stratejilerini yanlış yönlendirebileceği gibi müşteri güveninin sarsılmasına da yol açabilmektedir. Bu nedenle, PBS ile ÜYZ entegrasyonunda güçlü şifreleme teknikleri ve çok katmanlı güvenlik protokolleri kullanılması gerekmektedir.

Gizlilik perspektifinden bakıldığında, ÜYZ tabanlı pazarlama sistemlerinin müşteri verilerini kullanma biçimi ciddi etik ve yasal sorunlar doğurmaktadır. Avrupa Birliği'nin Genel Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR) ve Türkiye'deki Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) gibi düzenlemeler, veri sahiplerinin bilgilerine erişimini ve kontrolünü sağlamaktadır (Voigt ve Von dem Bussche, 2017). Ancak, ÜYZ'nin otomatik veri işleme süreçleri, bu düzenlemelere uyum konusunda zorluklar yaratabilmektedir. Örneğın, müşterilere ait verilerin izinsiz işlenmesi veya tahmine dayalı modellemelerle kişisel bilgilerin türetilmesi, yasal sorunlara yol açabilir.

Üretken yapay zekânın karar alma süreçlerinde şeffaflık eksikliği de gizlilik ihlallerini artırabilmektedir. Kara kutu problemi olarak adlandırılan bu durum, ÜYZ sistemlerinin nasıl ve neden belirli kararlar verdiğinin tam olarak anlaşılamamasına yol açmaktadır (Bathae, 2018). Pazarlama bilgi sistemlerinde bu tür şeffaf olmayan modellerin kullanılması, müşteri haklarını ihlal edebilecek ve regülasyonlara uyumu zorlaştırabilecek bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle, işletmelerin ÜYZ sistemlerinde açıklanabilir yapay zekâ yöntemlerini benimsemesi gerekmektedir.

Ayrıca, veri anonimleştirme ve farklılaştırma tekniklerinin eksikliği, gizlilik risklerini artırmaktadır. ÜYZ'nin eğitimi için kullanılan veriler, anonimleştirilse bile, gelişmiş makine öğrenimi algoritmaları tarafından tekrar kimliklendirme yoluyla açığa çıkarılabilmektedir (Narayanan ve Shmatikov, 2008). Diferansiyel gizlilik gibi ileri seviye koruma yöntemleri uygulanarak müşteri bilgilerinin deşifre edilmesini önlemek önemli bir gereklilik haline gelmiştir.

Pazarlama bilgi sistemi ile ÜYZ'nin entegrasyon sürecinde veri güvenliği ve gizliliği risklerini azaltmak için düzenleyici çerçevelerin sıkı bir şekilde takip edilmesi ve uyumluluk denetimlerinin artırılması gerekmektedir. İşletmelerin,

siber güvenlik politikalarını güçlendirmesi, veri erişim izinlerini sıkılaştırması ve güvenlik açıklarını sürekli olarak analiz etmesi gerekmektedir (Sharma ve Chen, 2020). Aynı zamanda, müşterilere veri kullanımı konusunda daha fazla şeffaflık sunulmalı ve bireylerin veri işleme süreçlerine katılımı teşvik edilmelidir.

### **3.2. Model Yanlılığı ve Doğruluk Sorunları**

ÜYZ modelleri, eğitim aldıkları verilerden kaynaklı yanlılıklar gösterebilir. Bu durum, hatalı pazarlama kararlarına yol açabilir. Bu nedenle, firmaların modellerin doğruluğunu sürekli olarak kontrol etmeleri gerekmektedir (Ghasemaghahi, 2020).

Üretken yapay zekâ teknolojilerinin pazarlama bilgi sistemleriyle entegrasyonu, işletmelere önemli avantajlar sunarken, aynı zamanda model yanlılığı ve doğruluk sorunları gibi ciddi zorlukları da beraberinde getirmektedir. Model yanlılığı, üretken yapay zekâ modellerinin eğitim verilerindeki önyargıları öğrenerek, bu önyargıları çıktılarına yansıtması durumudur. Özellikle pazarlama alanında, tüketici davranışlarını analiz ederken veya hedef kitle segmentasyonu yaparken, yanlılık içeren modeller, adil olmayan veya yanıltıcı sonuçlar üretebilmektedir. Bu durum, marka itibarını zedeleyebileceği gibi, tüketici güvenini de olumsuz etkileyebilmektedir (Mehrabi vd., 2021).

Doğruluk sorunları ise, üretken yapay zekâ modellerinin ürettiği çıktıların gerçek dünya verileriyle uyumlu olmaması durumunu ifade etmektedir. Pazarlama stratejileri, doğru verilere dayanmadığı takdirde, işletmeler yanlış kararlar alabilir ve kaynak israfı yaşayabilir. Örneğin, üretken yapay zekâ tarafından oluşturulan reklam metinleri veya ürün önerileri, hedef kitlenin beklentilerini karşılamadığında, pazarlama kampanyalarının etkinliği azalabilir. Bu nedenle, modellerin eğitim sürecinde kullanılan veri setlerinin kalitesi ve çeşitliliği büyük önem taşımaktadır (Shrestha vd., 2022).

Model yanlılığı ve doğruluk sorunlarının üstesinden gelmek için, işletmelerin veri ön işleme süreçlerine daha fazla önem vermesi gerekmektedir. Eğitim verilerinin temsiliyet gücünü artırmak ve önyargıları en aza indirmek amacıyla, veri setlerinin çeşitlendirilmesi ve dengelenmesi önerilmektedir. Ayrıca, modellerin performansını sürekli olarak izlemek ve geri bildirim mekanizmalarıyla güncellemek, doğruluk sorunlarını azaltmada etkili bir yöntem olarak kabul edilmektedir (Suresh ve Guttag, 2021). Bu süreçte, etik yapay zekâ ilkelerine uygun hareket etmek ve şeffaflığı sağlamak da büyük önem taşımaktadır.

### **3.3. Entegrasyon Maliyetleri**

Pazarlama bilgi sistemine yapay zekâ destekli sistemlerin entegre edilmesi yüksek maliyetler gerektirebilir. Küçük ve orta ölçekli işletmeler için bu durum

bir engel teşkil edebilir. Ancak, bulut tabanlı çözümler bu maliyetleri azaltabilmektedir (Westerman vd., 2014).

Entegrasyon maliyetleri hem finansal hem de operasyonel kaynakların önemli ölçüde kullanımını gerektirir. Özellikle mevcut sistemlerle uyumlu çalışabilecek yapay zekâ modellerinin geliştirilmesi, bu modellerin eğitimi ve sürekli güncellenmesi, önemli bir maliyet kalemi oluşturmaktadır. Ayrıca, bu süreçte donanım ve yazılım altyapısının yenilenmesi veya güçlendirilmesi de ek finansal yük getirebilmektedir (Davenport ve Ronanki, 2018).

Entegrasyon maliyetlerinin bir diğer boyutu, insan kaynaklarıyla ilgilidir. Üretken yapay zekâ sistemlerinin entegrasyonu, bu teknolojileri anlayabilecek, yönetebilecek ve sürdürebilecek nitelikli personel gerektirir. Bu durum, işletmelerin yeni becerilere sahip çalışanlar istihdam etmesini veya mevcut çalışanların eğitime yatırım yapmasını zorunlu kılmaktadır. Özellikle veri bilimciler, yapay zekâ mühendisleri gibi yüksek nitelikli personelin istihdamı, işletmeler için önemli bir maliyet unsuru haline gelmektedir (Brynjolfsson ve McAfee, 2017). Bu süreçte, çalışanların yeni teknolojilere adaptasyon süreci de zaman ve kaynak gerektiren bir faktördür.

Entegrasyon maliyetlerinin bir diğer önemli bileşeni, veri yönetimi ve güvenliği ile ilgilidir. Üretken yapay zekâ sistemleri, büyük miktarda veriyi işlemek ve analiz etmek üzere tasarlandığından, bu verilerin depolanması, işlenmesi ve korunması önemli bir maliyet kalemi oluşturmaktadır. Veri depolama altyapısının genişletilmesi, bulut bilişim hizmetlerinin kullanımı ve veri güvenliği önlemlerinin artırılması, işletmeler için ek maliyetler anlamına gelmektedir. Ayrıca, veri gizliliği ve güvenliği ile ilgili düzenlemelere uyum sağlamak da hem finansal hem de operasyonel bir yük getirebilmektedir (Chen vd., 2019).

Entegrasyon sürecinde karşılaşılan maliyetler, işletmelerin uzun vadeli stratejik planlamalarını da etkilemektedir. Üretken yapay zekâ teknolojilerinin entegrasyonu, genellikle kısa vadede yüksek maliyetler gerektirse de uzun vadede işletmelere rekabet avantajı sağlayabilir. Ancak, bu süreçte doğru maliyet analizlerinin yapılması ve kaynakların etkin bir şekilde yönetilmesi kritik öneme sahip olmaktadır. İşletmeler, entegrasyon maliyetlerini minimize etmek için açık kaynaklı çözümlerden yararlanabilmekte, stratejik ortaklıklar kurabilmekte veya kademeli bir entegrasyon süreci izleyebilmektedir (Garbuio ve Lin, 2019). Bu yaklaşımlar, maliyetleri kontrol altında tutarken, teknolojinin sunduğu fırsatlardan en üst düzeyde yararlanmayı mümkün kılabilir.

## Sonuç

Üretken yapay zekâ (ÜYZ) ve pazarlama bilgi sistemleri (PBS) entegrasyonu, günümüz iş dünyasında rekabet avantajı sağlamak isteyen firmalar için büyük bir potansiyel sunmaktadır. Bu entegrasyon, kişiselleştirilmiş pazarlama, veri analitiği, otomatik içerik üretimi ve müşteri hizmetlerinde otomasyon gibi alanlarda önemli avantajlar sağlamaktadır. Özellikle müşteri deneyimini geliştirme ve operasyonel verimliliği artırma konularında ÜYZ'nin sunduğu çözümler, firmaların pazarlama stratejilerini daha etkili hale getirmektedir. Ancak, bu entegrasyon sürecinde karşılaşılan zorluklar da göz ardı edilmemelidir.

Veri güvenliği ve gizliliği, ÜYZ ve PBS entegrasyonunun en önemli zorluklarından biridir. Müşteri verilerinin yoğun bir şekilde işlenmesi, siber saldırılar ve veri ihlali risklerini beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, firmaların GDPR ve KVKK gibi veri koruma düzenlemelerine uyum sağlaması ve güçlü güvenlik protokolleri geliştirmesi gerekmektedir. Ayrıca, şeffaf ve etik veri yönetimi stratejileri benimsenerek müşteri güveninin korunması büyük önem taşımaktadır.

Model yanlılığı ve doğruluk sorunları, ÜYZ'nin pazarlama süreçlerinde kullanımını sınırlayan bir diğer önemli zorluktur. Eğitim verilerindeki önyargılar, yanlış pazarlama kararlarına ve marka itibarının zedelenmesine yol açabilir. Bu nedenle, firmaların veri ön işleme süreçlerine daha fazla önem vermesi ve modellerin performansını sürekli olarak izlemesi gerekmektedir. Ayrıca, açıklanabilir yapay zekâ yöntemlerinin kullanılması, modellerin şeffaflığını artırarak güvenilirliği sağlayabilir.

Entegrasyon maliyetleri, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için önemli bir engel teşkil etmektedir. Yapay zekâ destekli sistemlerin geliştirilmesi, eğitimi ve sürekli güncellenmesi, yüksek maliyetler gerektirmektedir. Ayrıca, nitelikli personel istihdamı ve çalışanların yeni teknolojilere adaptasyonu da ek maliyetler yaratmaktadır. Ancak, bulut tabanlı çözümler ve açık kaynaklı yazılımlar, bu maliyetleri azaltarak daha geniş bir kitleye erişim sağlayabilmektedir.

Bu bölüm yapay zekâ ve pazarlama bilgi sistemlerinin kesişiminde yeni bir perspektif sunması ve bu entegrasyonun işletmelere sağlayabileceği rekabet avantajlarını teorik ve pratik açıdan ortaya koyması bakımından farklılık göstermektedir. Literatürde benzer çalışmaların sınırlı olması, bu araştırmanın alana katkısını daha da artırmaktadır. Özellikle, ÜYZ'nin müşteri segmentasyonu, dinamik fiyatlandırma, otomatik içerik üretimi ve chatbot gibi alanlarda sağladığı katkılar, bu çalışmanın literatüre önemli bir katkı sağladığını göstermektedir. Ayrıca, çalışma, yapay zekâ teknolojilerinin etik ve gizlilik boyutlarını da dikkate alarak, sürdürülebilir ve sorumlu bir şekilde kullanımına yönelik öneriler getirmektedir.

Gelecekte, ÜYZ'nin gelişimi ile birlikte pazarlama süreçlerinin daha da otomatikleşmesi ve kişiselleştirilmesi beklenmektedir. Bu süreçte, firmaların teknolojik altyapılarını güçlendirmeleri ve yapay zekâ teknolojilerini etik ve sorumlu bir şekilde kullanmaları büyük önem taşıyacaktır. Ayrıca, müşteri beklentilerine hızlı ve doğru şekilde yanıt verebilmek için veri analitiği ve öngörüs el modelleme tekniklerinin daha da geliştirilmesi gerekecektir.

Gelecekteki çalışmalarda ÜYZ ve PBS entegrasyonunun farklı sektörlerdeki uygulamalarının derinlemesine incelenmesi yönünde olmalıdır. Özellikle e-ticaret, sağlık, finans ve turizm gibi sektörlerde bu entegrasyonun nasıl daha etkili hale getirilebileceği üzerine araştırmalar yapılabilir. Ayrıca, küçük ve orta ölçekli işletmelerin bu teknolojilere erişimini kolaylaştıracak çözümler üzerine çalışmalar yapılması, bu işletmelerin dijital dönüşüm süreçlerine katkı sağlayabilir.

Bir diğer öneri, ÜYZ modellerinin doğruluk ve yanlılık sorunlarının nasıl minimize edilebileceği üzerine odaklanmaktır. Veri setlerinin çeşitlendirilmesi ve dengelenmesi, model eğitim süreçlerinde şeffaflığın artırılması ve etik yapay zekâ ilkelerine uygun hareket edilmesi, bu sorunların üstesinden gelmek için önemli adımlar olabilir. Ayrıca, açıklanabilir yapay zekâ yöntemlerinin daha yaygın bir şekilde kullanılması, karar alma süreçlerinde şeffaflığı artırarak müşteri güvenini koruyabilir.

ÜYZ ve PBS entegrasyonu, pazarlama dünyasında dönüştürücü bir rol oynamaktadır. Bu entegrasyon, firmalara müşteri deneyimini geliştirme, operasyonel verimliliği artırma ve rekabet avantajı sağlama gibi önemli fırsatlar sunmaktadır. Ancak, veri güvenliği, model yanlılığı ve entegrasyon maliyetleri gibi zorlukların da dikkatlice ele alınması gerekmektedir. Bu zorlukların üstesinden gelmek, firmaların uzun vadede başarılı olmalarını sağlayacaktır.

Bu bölüm, yapay zekâ ve pazarlama bilgi sistemleri arasındaki sinerjiyi anlamaya yönelik kapsamlı bir kaynak olma potansiyeli taşımaktadır. Hem akademisyenler hem de uygulayıcılar için bu alanda yapılacak gelecek çalışmalara ışık tutacak bir rehber niteliğindedir.

## **Kaynakçalar**

- Acemoglu, D. ve Restrepo, P. (2020). Automation and new tasks: How technology displaces and reinstates labor. *Journal of Economic Perspectives*, 34(1), 3-30.
- Acquisti, A., Brandimarte, L. ve Loewenstein, G. (2015). Privacy and human behavior in the age of information. *Science*, 347(6221), 509-514.
- Bathae, Y. (2018). The artificial intelligence black box and the failure of intent and causation. *Harvard Journal of Law & Technology*, 31(2), 889-938.
- Berman, B. (2020). "AI-powered marketing: The future of personalized experiences." *Journal of Business Research*, 118, 266-276.
- Brynjolfsson, E. ve McAfee, A. (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. W. W. Norton & Company.
- Buhalis, D. ve Foerste, M. (2015). SoCoMo marketing for travel and tourism. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(4), 534-564.
- Chaffey, D. ve Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Chen, H., Chiang, R. H., ve Storey, V. C. (2019). Business Intelligence and Analytics: From Big Data to Big Impact. *MIS Quarterly*.
- Chen, Y. ve Zhang, L. (2021). "AI-Powered Decision Support Systems in Budget Planning." *Journal of Artificial Intelligence Research*, 68, 112-129.
- Choi, E., Bahadori, M. T., Schuetz, A., Stewart, W. F. ve Sun, J. (2020). Deep learning for electronic health records. *Journal of Biomedical Informatics*, 64, 263-273.
- Chui, M., Manyika, J., ve Miremadi, M. (2018). "The economic potential of generative AI." McKinsey Global Institute.
- Davenport, T. H. ve Ronanki, R. (2018). "Artificial Intelligence for the Real World." *Harvard Business Review*, 96(1), 108-116.
- Davenport, T., Guha, A., Grewal, D., ve Bressgott, T. (2020). How artificial intelligence will change the future of marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 24-42.
- Garbuio, M. ve Lin, N. (2019). Artificial Intelligence as a Growth Engine for Health Care Startups: Emerging Business Models. *California Management Review*.
- Gartner. (2023). *AI-Driven Marketing: Trends and Forecasts 2025*.
- Ghasemaghaei, M. (2020). "The role of big data analytics capabilities in improving firm performance." *Journal of Business Research*, 112, 27-37.
- Ghassemi, M., Naumann, T., Schulam, P., Beam, A. L., Chen, I. Y., ve Ranganath, R. (2018). A review of challenges and opportunities in machine learning for health. *Annual Review of Biomedical Data Science*, 1, 85-112.

- Gursoy, D. (2022). Artificial intelligence in hospitality and tourism: Applications and future trends. *Tourism Management*, 88, 104398.
- Hardoon, D. R., Szedmak, S., ve Shawe-Taylor, J. (2013). Canonical correlation analysis: An overview with application to learning methods. *Neural Computation*, 16(12), 2639-2664.
- Huang, M. H. ve Rust, R. T. (2021). Artificial Intelligence in Service. *Journal of Service Research*, 24(1), 3-7.
- Jones, M., Patel, S., ve Kim, H. (2023). "Big Data Analytics for Strategic Budgeting." *Computational Economics*, 41(3), 245-267.
- Kaplan, A., ve Haenlein, M. (2019). "Rethinking AI: The impact of artificial intelligence on marketing." *Journal of Business Research*, 104, 76-88.
- Kaplan, A. ve Haenlein, M. (2019). Siri, Alexa, and other digital assistants: The future of human-AI interaction. *Journal of Marketing*, 83(1), 19-44.
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Lu, L., Cai, R. ve Gursoy, D. (2022). Developing and Validating a Chatbot Service Quality Scale: The Role of Artificial Intelligence. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103177.
- McKinsey ve Company. (2022). *The Impact of AI on Marketing Performance*.
- Mehrabi, N., Morstatter, F., Saxena, N., Lerman, K., ve Galstyan, A. (2021). A survey on bias and fairness in machine learning. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 54(6), 1-35.
- Narayanan, A. ve Shmatikov, V. (2008). Robust de-anonymization of large datasets. *IEEE Symposium on Security and Privacy*, 111-125.
- Provost, F. ve Fawcett, T. (2013). *Data Science for Business: What You Need to Know about Data Mining and Data-Analytic Thinking*. O'Reilly Media.
- Rajkomar, A., Dean, J., ve Kohane, I. (2019). Machine learning in medicine. *New England Journal of Medicine*, 380(14), 1347-1358.
- Rust, R. T. ve Huang, M. H. (2021). The AI revolution in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 24-42.
- Sharma, T. ve Chen, C. (2020). Artificial intelligence in marketing: Issues and challenges. *Journal of Business Research*, 123, 1-9.
- Shin, D., Lee, J. ve Hwang, Y. (2022). How AI affects consumer decision-making: The impact of AI-generated recommendations. *Computers in Human Behavior*, 129, 107162.
- Shmueli, G. ve Koppius, O. R. (2011). Predictive analytics in information systems research. *MIS Quarterly*, 35(3), 553-572.

- Shrestha, Y. R., Ben-Menahem, S. M., ve von Krogh, G. (2022). Organizational decision-making structures in the age of artificial intelligence. *California Management Review*, 64(1), 85-109.
- Smith, R. ve Lee, J. (2022). "Automation of Financial Reporting through AI." *International Journal of Finance and Technology*, 5(2), 78-94.
- Statista. (2023). Artificial Intelligence in Marketing: Statistics and Facts.
- Suresh, H. ve Gutttag, J. V. (2021). A framework for understanding unintended consequences of machine learning. arXiv preprint arXiv:2101.04304.
- Voigt, P. ve Von dem Bussche, A. (2017). *The EU general data protection regulation (GDPR)*. Springer International Publishing.
- Wedel, M. ve Kannan, P. K. (2016). Marketing analytics for data-rich environments. *Journal of Marketing*, 80(6), 97-121.
- Westerman, G., Bonnet, D., ve McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.
- Wirtz, J., Patterson, P. G., Kunz, W. H., Gruber, T., Lu, V. N., Paluch, S., ve Martins, A. (2018). Brave New World: Service Robots in the Frontline. *Journal of Service Management*, 29(5), 907-931.

# Bölüm 2

## Müşterilerin Çevrim İçi Yöresel Yiyecek Alışverişine Yönelik Yorumlarının Analizi: Hepsiburada Örneği

Elif ASLAN<sup>1</sup>

### 1.Giriş

Elektronik ticaretin gelişmesiyle birlikte, ürün ve hizmetlerin çevrim içi satış olanakları önemli ölçüde artmıştır (Faqih & Jaradat, 2015; Bressolles, Durrieu & Senecal 2014; Burt & Sparks, 2003). E-ticaret kapsamında gıda, kozmetik ve elektronik cihazlar gibi hemen hemen her şey müşterilere doğrudan satışa sunulmaktadır. Çevrim içi alışveriş sitelerinin sayısındaki artış, ürün inceleme özellikleri ve müşteri yorumları gibi hizmetlerin yaygınlaşması, alışveriş alışkanlıklarında önemli değişimlere yol açmıştır (Goby, 2006). Özellikle çevrim içi yiyecek-içecek satın alma davranışı dikkat çekici bir şekilde değişim göstermiştir. Eve yemek siparişleri ve market alışverişlerinin çevrim içi platformlar üzerinden yapılabilmesi, müşterilerin yiyecek alışverişlerini kolaylaştırmıştır. Günümüzde, çevrim içi platformlar üzerinden yöresel yiyecek alışverişi, müşteriler için son derece kritik bir rol oynamaktadır. Teknolojinin gelişimi ile birlikte, müşteriler bu ürünlere internet üzerinden rahatlıkla erişebilmektedirler. Bu nedenle, çevrim içi yöresel yiyecek alışverişi, günümüz müşteri alışkanlıklarının önemli bir unsuru haline gelmiştir. Yöresel yiyecekler güvenilir, sağlıklı ve doğal olmaları ve diğer sebeplerle müşteriler tarafından tercih edilmektedir (Feldmann & Hamm, 2015; Skallerud & Wien, 2019). Bu ürünler, bir bölgeye gidilerek yerinde tüketilebildiği gibi, günümüzde internet üzerinden tek tuşla da satın alınabilmektedir.

Yöresel yiyecek tercihinin odaklanan araştırmaların sayısı oldukça fazla olmasına rağmen, çevrim içi platformlarda yöresel ürün alışverişi tercihinin yönelik çalışmalar sınırlıdır. Bu çalışmanın amacı doğrultusunda, çevrim içi satın

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, BOLU, Türkiye. E-posta: [elif.aslan@ibu.edu.tr](mailto:elif.aslan@ibu.edu.tr) ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3860-3304>

alınan yöresel yiyeceklerin neler olduğu, müşterilerin bu ürünlerle ilgili olumlu ve olumsuz yorumları ile bu ürünlerin pazarlanmasında öne çıkan temalar incelenmiştir.

### **1.1. Çevrim İçi Yiyecek Pazarlaması**

Çevrim içi alışveriş, kullanıcının ihtiyacı olan ürün ve hizmetleri çevrim içi platformlar aracılığıyla erişip edinmesi ve bu süreçte satıcılarla bağlantı kurması üzerine gerçekleşen bir e-ticaret türüdür (Tsao & Tseng, 2011). Çevrim içi pazarlama, dijital platformlarda gerçekleştirilen tüm pazarlama faaliyetlerini kapsayan bir terimdir. Bu faaliyetler, belirli hedef kitlelerle iletişim kurmayı, onları etkilemeyi ve ilişkilerdeki etkinliği artırmayı hedeflemektedir.

E-ticaret, çeşitli dijital platformlar aracılığıyla mal ve hizmet alım-satımının internet üzerinden gerçekleştirilmesidir. Bu işlem, çevrim içi alışveriş siteleri ve diğer dijital mecralar kullanılarak bilgisayar ağı üzerinden yapılmaktadır (Alan, 2002). E-ticaret, yiyecek sektöründe köklü değişimlere yol açarak sektör üzerinde belirgin etkiler meydana getirmiştir. Bu durum, yiyecek işletmelerinin, pazarın ve rekabet ortamının değişen dinamiklerine uyum sağlamak için e-ticaretin sunduğu avantajlardan yararlanarak dijital pazara adım atmalarını özendirmiştir. Yiyecek ürünleri, elektronik pazarlama araçlarıyla müşterilere, çevrim içi marketler ve restoranlar tarafından sunulmaktadır (Pantano & Priporas, 2016). Bu işletmeler, kendi organizasyonel süreçlerini ve iletişim stratejilerini internet üzerinden yönetirken, sektördeki değişen taleplere ve ortaya çıkan zorluklara karşı e-ticaret uygulamalarına daha fazla vurgu yapmaya başlamışlardır. Bu bağlamda, çevrim içi yiyecek alışverişi sunan marketler ve restoranlar da giderek yaygınlaşmıştır (Çeltekin & Bozdoğan, 2013).

Türkiye İş Kurumu tarafından 2023 yılında gerçekleştirilen İşgücü Piyasası Araştırması'na göre, işletmelerin %11,2'sinin e-ticaret faaliyetlerinde bulunduğu tespit edilmiştir. En yüksek e-ticaret hacmine sahip sektör, %24,8'lik bir payla bilgi ve iletişim sektörü olup, onu sırasıyla %20,5 ile gayrimenkul faaliyetleri ve %17,1 ile konaklama ve yiyecek hizmetleri sektörleri takip etmektedir (“E-Ticaret İstatistikleri”, 2024). Özellikle COVID-19 pandemisi sürecinde ve sonrasında, yiyecek-içecek ürünleri elektronik pazarlama araçlarıyla müşterilere hızla ulaştırılmıştır (Erdoğan, 2020, s. 1298). Müşterilerin çevrim içi alışverişe olan ilgisi belirgin bir şekilde artmıştır. Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen bir araştırma, pandemi döneminde e-ticaret platformları üzerinden gerçekleştirilen market alışverişlerinde %423 oranında dikkate değer bir artış olduğunu göstermektedir (“E-Ticaret İstatistikleri”, 2021). Bu artış, müşterilerin COVID-19 pandemisi nedeniyle çevrim içi alışverişi tercih etme zorunluluğunu yaşadığını ortaya koymaktadır. Bu durum, pandeminin etkilerinin güçlü bir

şekilde hissedildiğini ve müşteri tercihlerinde belirgin değişikliklerin meydana geldiğini göstermektedir.

Çevrim içi yiyecek-içecek satışları, çeşitli hizmet kategorileri aracılığıyla gerçekleştirilmiştir (Toraman & Yüksel, 2022; Ertemel & Çelik, 2016). Bu kategoriler arasında, çevrim içi market alışverişi, çevrim içi restoran hizmeti ve yiyecek-içecek dağıtım hizmetleri bulunmaktadır. Çevrim içi market alışverişi, müşterilerin market ürünlerini internet üzerinden sipariş etmelerini ve kapılarına teslim edilmesini sağlamıştır. Çevrim içi restoran hizmeti, restoranların menülerini dijital platformlarda sunarak müşterilere sipariş imkanı tanımıştır. Yiyecek-içecek dağıtım hizmetleri ise, hem market alışverişi hem de restoran siparişlerini hızlı ve güvenli bir şekilde müşterilere ulaştırmıştır. Bu çeşitli hizmet türleri, pandemi sürecinde ve sonrasında artan çevrim içi alışveriş talebini karşılamada önemli rol oynamıştır.

## **1.2. Yöresel Yiyeceklerin Çevrim içi Pazarlaması**

Yöresel yiyecek-içecekler, ait oldukları bölgelerin kültürel ve geleneksel izlerini yansıtan, yöre halkı tarafından özel bir yere sahip olan ve genellikle dini veya milli etkilerle biçimlenen özgün yiyecek ve içeceklerdir. Bu ürünler, bulundukları coğrafyanın tarihi, gelenekleri ve yaşam tarzının birer yansıması olarak kabul edilmektedir (Şengül & Türkay, 2016). Günümüzde, yöresel yiyecek-içecekler çeşitli dijital satış kanalları aracılığıyla internet üzerinden satılmaktadır. Bu dijital satış platformları, yerel üreticilere daha geniş bir pazar erişimi sağlayarak işletmelerinin büyümesine katkıda bulunmakta ve müşterilere geniş bir ürün yelpazesi sunarak alışverişlerini kolaylaştırmaktadır. İnternet üzerinden yapılan satışlar, geleneksel lezzetleri keşfetmek isteyen müşteriler için pek çok avantaj barındırmaktadır. Yerel üreticilerin kendi web sitelerini kurarak ürünlerini doğrudan müşterilere sunmaları, bu üreticilere kendi marka kimliklerini ve hikâyelerini paylaşma imkânı tanımaktadır. Bu yöntem, yerel üreticilerin ürünlerini daha geniş kitlelere ulaştırırken, müşterilere de otantik ve özgün lezzetlere erişim sağlama olanağı sunmaktadır. Ayrıca, bu tür dijital platformlar, müşterilerin farklı bölgelerin kültürel zenginliklerini keşfetmelerine ve yerel ekonomilere katkıda bulunmalarına olanak tanımaktadır.

Müşteriler, sosyal medya ya da çevrim içi platformlar aracılığıyla ürünlerin detaylı açıklamalarını, görsellerini ve fiyat bilgilerini inceleyerek beğendikleri ürünleri seçip sipariş verebilmektedirler. Bu yöntem, yerel üreticilerin müşteri memnuniyetini artırmalarına ve sadık bir müşteri tabanı oluşturmalarına olanak sağlamaktadır. Ayrıca, yerel işletmelerin e-ticaret platformlarına üye olmaları, daha geniş bir müşteri kitlesine erişimlerini mümkün kılmaktadır. Örneğin, Trendyol ve Hepsiburada gibi büyük e-ticaret platformları, farklı bölgeler ve

şehirlerdeki müşterilere ulaşma fırsatı sunmakta, bu da yerel üreticilerin ürünlerini daha geniş kitlelere tanıtarak satış hacimlerini artırmalarına yardımcı olmaktadır. Böylece, yerel üreticiler marka bilinirliklerini artırabilir ve satışlarını genişletebilirler. Yöresel yiyecek ve içeceklerin internet üzerinden satışına dair bazı örneklerle aşağıda yer verilmiştir;

*Peynir ve Süt Ürünleri:* Kars kaşarı, Ezine peyniri ve Trabzon tereyağı gibi yöresel süt ürünleri, üreticiler tarafından kendi web siteleri ve e-ticaret platformları aracılığıyla satılmaktadır. Bu ürünlerin ayrıntılı açıklamaları, üretim süreçleri ve bölgenin özellikleri hakkında bilgiler de genellikle sunulmaktadır.

*Zeytin ve Zeytinyağı:* Ayvalık zeytinyağı ve Gemlik zeytini gibi ürünler, internet üzerinden geniş bir müşteri kitlesine ulaşmaktadır. Üreticiler, web sitelerinde zeytinlerin hangi koşullarda yetiştirildiği ve zeytinyağının nasıl üretildiği hakkında detaylı bilgiler paylaşarak müşterilere güven vermektedir.

*Baharatlar ve Kuruyemişler:* Gaziantep'in antepfıstığı, Malatya'nın kayısı ve Şanlıurfa'nın isot biberi gibi yöresel ürünler, internet üzerinden satışa sunularak ülkenin dört bir yanındaki müşterilere ulaştırılmaktadır. E-ticaret platformları, bu ürünlerin tanıtımı ve satışı için geniş bir pazar sağlamaktadır.

*Organik ve Doğal Ürünler:* Türkiye'nin çeşitli bölgelerinden organik bal, pekmez ve doğal otlar gibi ürünler, e-ticaret sitelerinde sıkça bulunmaktadır. Üreticiler, ürünlerinin doğal ve organik olduğunu vurgulayarak müşterilere sağlıklı seçenekler sunmaktadır.

Bu örnekler, yerel üreticilerin ürünlerini internet üzerinden daha geniş kitlelere ulaştırma ve tanıtma fırsatını nasıl kullandıklarını göstermektedir. Ayrıca, müşteriler bu yöntemle farklı yörelerin özgün lezzetlerini kolaylıkla keşfetme ve deneyimleme şansı elde etmektedir.

### **1.3. Çevrim İçi Müşteri Yorumları**

Günümüzde, e-ticaret sitelerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, çevrim içi yorumlar, müşterilerin satın alma kararlarını etkileyen kritik bir unsur hâline gelmiştir (Lin, 2014; Siering, Muntermann & Rajagopalan 2018; Choi & Leon, 2020). Çevrim içi yorumların en güçlü yönlerinden biri, gerçek müşteri deneyimlerine dayanması ve geniş kitlelere ulaşabilmesidir (Ajanovic, 2018). Müşteri yorumları, sadece satıcı tarafından sunulan ürün ve hizmet özellikleriyle sınırlı kalmayıp aynı zamanda deneyime dayalı diğer bilgileri de sağlayarak, adeta bir tutundurma aracı işlevi görmektedir. Bu yorumlar, müşterilere ürün veya hizmetler hakkında daha detaylı ve gerçekçi bir perspektif sunar, dolayısıyla satın alma kararlarını etkiler. Ayrıca, hizmet sunucuları bu geri bildirimleri ürün geliştirme süreçlerinde kullanarak, müşteri memnuniyetini artırmak ve ürün kalitesini iyileştirmek için değerli bir kaynak olarak değerlendirebilirler. Bu

sayede, müşteri geri bildirimleri hem mevcut müşterilerin memnuniyetini sağlamak hem de potansiyel müşterilerin dikkatini çekmek için önemli bir araç haline gelmektedir (Paker & Kızıllırmak, 2023).

## **2. Yöntem**

Araştırmanın evrenini, Türkiye'nin en çok tercih edilen alışveriş siteleri olan Trendyol ve Hepsiburada oluşturmaktadır ("Marketing Türkiye", 2021). Araştırmanın örneklemini, bu platformlarda "yöresel yiyecek" anahtar kelimesi ile yapılan arama sonuçlarından seçilmiştir. Yöresel ürün satışlarının Hepsiburada'da 65 adet ve Trendyol'da 21 adet olduğu belirlenmiştir; bu nedenle, daha fazla ürüne sahip olan Hepsiburada tercih edilmiştir. İşletmelerin gizliliği korunarak, ürün markaları belirtilmemiş ve satışa sunulan yöresel yiyeceklere ait müşteri yorumları incelenmiştir. Veriler, araştırmacılar tarafından manuel olarak toplanmış olup, çapraz kontrolleri yapılarak incelenmiştir. Veriler, 13.03.2024-13.04.2024 tarihleri arasında toplanmış olup, alışveriş sitelerinin web sayfalarında herkese açık olarak paylaşılan bilgilerden elde edildiği için etik ihlale neden olacak bir durum bulunmamaktadır. Bu nedenle, araştırma için etik kurul izni alınması gerekmemiştir.

Bu araştırmada, Hepsiburada'da yer alan yöresel yiyeceklerin satışa sunulan ürünlerini belirlemek ve müşteri yorumlarını saptamak için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden olan içerik analizi, elde edilen bilgilerin belirli temalar doğrultusunda sınıflandırılması, özetlenmesi ve yorumlanmasını içerir (Krippendorff, 1980). Araştırma, ilişkisel tarama modeliyle gerçekleştirilen betimsel bir çalışmadır. İlişkisel tarama modeli, mevcut durumu olduğu gibi betimlemeyi amaçlayan bir tarama modelidir (Karasar, 2000). Bu çalışma kapsamında, konuya ilişkin betimlemeler ve kodlamalar yapılmış, elde edilen nitel ve nicel göstergeler üzerinden çıkarımlar gerçekleştirilmiştir (Arıkan, 2013). Bu yöntemler, araştırmanın derinlemesine anlaşılmasını ve kapsamlı sonuçlar elde edilmesini sağlamıştır.

## **3. Bulgular ve Yorumlar**

Araştırma sonucunda, Hepsiburada'da 65 adet çevrim içi yöresel yiyecek satışının olduğu tespit edilmiştir (Tablo 1). Ürünlerin farklı ağırlıklarda (gram, kilo, adet) satışa sunulduğu belirlenmiştir. Toplamda 236 adet ürün değerlendirmesi olduğu tespit edilmesine rağmen, her bir ürün için tek tek incelendiğinde toplam 136 değerlendirme olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu tutarsızlık nedeniyle çevrim içi müşteri hizmetleri ile iletişime geçilmiştir. Aşağıda, müşteri temsilcisi ile gerçekleştirilen diyalog özetlenmiştir:

Müşteri Temsilcisi: "Sizi tanıdığımıza çok sevindim Elif Hanım. Size hangi konuda destek olabilirim? Talebinizi detaylı olarak iletebilir misiniz?"

Müşteri: "Yöresel yiyecekleri incelediğimde, bazı ürünlerde değerlendirme yok ancak varmış gibi değerlendirme sayısı gösteriliyor. Bunun nedenini öğrenebilir miyim?"

Müşteri Temsilcisi: "Öncelikle görsel olarak iletir misiniz? Kontrol edelim."

Müşteri: "Bu linkteki ürün gibi..."

Müşteri Temsilcisi: "İlgili ürünü kontrol ettiğimde, değerlendirme yapılmadan yalnızca bir müşterimizin 2 puan verdiği için değerlendirme bölümünde 2 yıldız olarak görüldüğünü fark ettim. Şu anda değerlendirme ile ilgili bir sorun görüntüleyemedim."

Müşteri: "Değerlendirme puan mıdır, yoksa müşteri yorumu mudur?"

Müşteri Temsilcisi: "Müşteri puanı olarak görünmektedir."

Müşteri: "Bu durumda bir yanlışlık var. Ben değerlendirmeye bakmak istediğimde yorum görmek isterim."

Müşteri Temsilcisi: "Geri bildiriminizi arka plana ilettim, kontrol edilecektir. Hata olması durumunda en kısa süre içinde gerekli aksiyonlar alınacaktır, Elif Hanım."

Müşteri: "İlginiz için teşekkür ederim."

Müşteri Temsilcisi: "Rica ederim. Görüşmemizden memnun kalmanız beni çok mutlu edecektir. Size yardımcı olmamı istediğiniz farklı bir konu varsa, memnuniyetle yardımcı olmak isterim."

Görüşme sonucunda, hata olması durumunda gerekli aksiyonların alınacağı belirtilmiştir.

**Tablo 1:** Hepsiburada'da Satışa Sunulan Yöresel Yiyecek Ürünleri ve Değerlendirme Sayıları

| No | Ürün Adı                                       | Değerlendirme Sayısı | No | Ürün Adı                                        | Değerlendirme Sayısı |
|----|------------------------------------------------|----------------------|----|-------------------------------------------------|----------------------|
| 1  | Salamura aşotu 660 cc                          | 43 Adet              | 34 | Doğal ve yöresel kırmızı erik kompostosu 700 gr | 1                    |
| 2  | Yöresel lahana turşusu 3 kg                    | 38                   | 35 | Hatay yöresel ıspanaklı börek 10 adet           | 1                    |
| 3  | Hatay yöresel biberli ekmek 10 adet 110 gr'lık | 14                   | 36 | Hatay salamura zahter 1 kg                      | 1                    |
| 4  | Erzurum tetik çadır 5 kg                       | 14                   | 37 | Hatay kıymalı içli köfte mini boy 30-33 adet    | 1                    |
| 5  | Salamura asma yaprak yeni mahsul 5 kg          | 9                    | 38 | Hatay el yapımı kıymalı sac oruğu 140 gr        | 1                    |

|    |                                                                  |   |    |                                            |   |
|----|------------------------------------------------------------------|---|----|--------------------------------------------|---|
| 6  | Ev yapımı kapari (gebre otu) turşusu 800 g                       | 9 | 39 | Ev yapımı fasulye turşusu 1,2 kg           | 1 |
| 7  | Ev yapımı sarımsak turşusu 3 litre                               | 9 | 40 | Ev yapımı kaya kuruğu turşusu 300 gr       | 1 |
| 8  | Ev yapımı acur turşusu 1,2 kg                                    | 8 | 41 | Ev yapımı kornişon turşusu 1,2 kg          | 1 |
| 9  | Tetik çadır 1 kg                                                 | 6 | 42 | Ev yapımı bamya turşusu 800 g              | 1 |
| 10 | Hatay yöresel biberli kaytaz böreği 10 adet 50 gr'lık            | 5 | 43 | Ev yapımı pancar turşusu 1200 gr           | 1 |
| 11 | Aşotu kavanoz 650 cc                                             | 5 | 44 | Yöresel acur turşusu acılı 2 x 620 gr      | 1 |
| 12 | Doğal ve yöresel yeşil fasulye konservesi 700 gr                 | 5 | 45 | Ev yapımı biberiye (cin) turşusu 1200 gr   | 1 |
| 13 | Ev yapımı diş sarımsak turşusu 800 gr                            | 4 | 46 | Havuç turşusu 1200 gr                      | 1 |
| 14 | Yeni mahsul Gaziantep'e özgü taze tüm acur ve biber turşusu 5 kg | 4 | 47 | Ev yapımı deniz börülcesi turşusu 800 g    | 1 |
| 15 | Ev yapımı erik turşusu 1200 gr                                   | 4 | 48 | Biberli ekme 5 adet                        | - |
| 16 | Hatay yöresel etli kaytaz böreği 10 adet 50 gr'lık               | 4 | 49 | Hatay kaytaz böreği 10 adet                | - |
| 17 | Hatay yöresel kıymalı serimsek böreği 10 adet 50 gr'lık          | 3 | 50 | Ispanaklı katıklı ekme 2 adet              | - |
| 18 | Tokat Erbaa narince asma üzüm yaprağı                            | 3 | 51 | Biberli ekme 10 adet                       | - |
| 19 | Erzurum yöresel gıda cevizli sucuk 500gr                         | 3 | 52 | Oruk 10 adet                               | - |
| 20 | Hatay yöresel külçe 10 adet                                      | 3 | 53 | Tokat erbaa asma yaprağı 950 gr            | - |
| 21 | Sarımsak turşusu ev yapımı 1,9 kg                                | 3 | 54 | Hatay el yapımı kıymalı içli köfte 15 adet | - |
| 22 | Ev yapımı yöresel acur turşusu acılı 620 gr                      | 3 | 55 | Hatay acısız babuğannuş 1000 gr            | - |
| 23 | Ev yapımı zeytinyağlı zahter (kekik) 800 g                       | 3 | 56 | Yöresel sac oruğu (2'li paket vakumlu)     | - |
| 24 | Ev yapımı zahter (kekik) turşusu 300 gr                          | 2 | 57 | %100 Doğal Hatay usulü babağannuş 600 gr   | - |

|    |                                                 |   |                |                                                                            |                  |
|----|-------------------------------------------------|---|----------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 25 | Yöresel pazı turşusu 5 kg                       | 2 | 58             | Zeyinyağında ceviz içli kayısı, ceika %100 doğal Hatay'ın yöresel ürünleri | -                |
| 26 | Ev yapımı karışık turşu 1,2 kg                  | 2 | 59             | Kıymalı oruk 5 adet                                                        | -                |
| 27 | Ev yapımı yöresel acur turşusu acılı 3 x 620 gr | 2 | 60             | Humus 500 gr                                                               | -                |
| 28 | Ev yapımı deniz fasulyesi turşusu 800 g         | 2 | 61             | Yakan biber turşusu 1200 gr                                                | -                |
| 29 | Ev yapımı yakan biber turşusu 1,2 kg            | 2 | 62             | Brokoli turşusu 1200 gr                                                    | -                |
| 30 | Hatay el yapımı kıymalı içli köfte 7 adet 70 gr | 2 | 63             | Acur turşusu 1200 gr                                                       | -                |
| 31 | Hatay el yapımı kıymalı içli köfte 15 adet      | 2 | 64             | Ev yapımı doğal enginar salamurası 6'lı (6 adet)                           | -                |
| 32 | Doğal ve yöresel elma kompostosu 700 gr         | 2 | 65             | Badem çağlası turşusu 1200 gr                                              | -                |
| 33 | Doğal ve yöresel tüm domates konserve 650 gr    | 2 | Toplam Ürün 65 |                                                                            | Toplam Yorum 236 |

Araştırma sonuçlarına göre, Hepsiburada'da satışa sunulan yöresel yiyeceklerin en çok bahsedilen illeri Hatay, Erzurum, Tokat (Erbaa) ve Gaziantep olarak belirlenmiştir. Hatay, bu ürünlerin satışında önemli bir paya sahiptir, 23 farklı ürün ile en fazla temsil edilen ildir. Diğer yandan, Erzurum ve Tokat (Erbaa) birbirine yakın sayıda ürünle ikinci sırayı paylaşırken, Gaziantep ise daha az çeşitlilikle temsil edilmektedir.

Ürün kategorilerine bakıldığında ise, turşu en çok satışa sunulan ürün kategorisi olup, 27 farklı ürünle listenin başında yer almaktadır (Tablo 1). Bunu, börek ve ekmek (12 adet) kategorileri takip etmektedir. İçli köfte ve oruk (7 adet) ile komposto ve konserve (6 adet) ürünleri de sırasıyla satışa sunulan ürünler arasında dikkate değer bir yer tutmaktadır. Asma yaprağı (2 adet) ise daha az sayıda ancak yine önemli bir kategori olarak öne çıkmaktadır.

Ürün özellikleri incelendiğinde ise, müşterilerin dikkatini çeken unsurların başında "ev yapımı" ve "yöresel" özelliklerin geldiği görülmektedir. Araştırmada, ev yapımı ürünlerin 21 kez ve yöresel ürünlerin ise 18 kez vurgulandığı tespit edilmiştir. Ayrıca, doğal ve el yapımı özelliklerinin de belirli bir sayıda üründe ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. Bu bulgular, müşterilerin çevrim içi platformlarda yöresel yiyecekleri satın alırken dikkat ettikleri özellikler hakkında önemli bir anlayış sağlamaktadır. "Ev yapımı" ve "yöresel" özelliklerinin, müşteriler için ürünlerin kalitesi ve otantikliği açısından önemli olduğunu göstermektedir. Yöresel ürünlerin yerel kültür ve geleneklerle ilişkilendirilmesi,

müşterilerin bu ürünlere duyduğu ilgiyi artırabilir ve satın alma kararlarını etkileyebilir. Ayrıca, "doğal" ve "el yapımı" özelliklerinin belirli ürünlerde vurgulandığının gözlemlenmesi, müşterilerin sağlıklı ve doğal ürünlere olan taleplerini yansıtabilir. Bu özellikler, müşterilerin güvenilirlik ve kalite açısından ürünleri değerlendirirken dikkate aldıkları unsurlar olabilir. Sonuç olarak, bu bulgular, çevrim içi platformlarda satışa sunulan yöresel yiyeceklerin pazarlanmasında önemli bir rol oynayan özelliklerin belirlenmesine katkı sağlamaktadır. Bu özelliklerin vurgulanması, müşterilerin ürünlere olan ilgisini artırabilir ve satın alma kararlarını etkileyebilir. Bu nedenle, işletmelerin bu özellikleri vurgulayarak pazarlama stratejilerini şekillendirmeleri önemlidir.

**Tablo 2:** Yöresel Yiyecekler Üzerine Çevrim İçi Müşteri Yorumları

| Olumlu yorumlar | Sayı | Olumsuz yorumlar | Sayı |
|-----------------|------|------------------|------|
| Teşekkür        | 17   | Lezzet           | 10   |
| Paket-paketleme | 17   | Tuzlu            | 8    |
| Çok güzel       | 15   | Düşük kalite     | 6    |
| Taze            | 10   | Tavsiye          | 6    |
| Çok lezzetli    | 9    | Taze olmaması    | 5    |
| Tavsiye         | 9    | Küf              | 2    |
| Acı             | 9    | Paketleme        | 2    |
| Beğendim        | 7    | Kargo            | 2    |
| Doğal           | 7    | Fiyat artışı     | 1    |
| Temiz           | 4    |                  |      |
| Kargo           | 3    |                  |      |
| Toplam          | 107  | Toplam           | 42   |

Müşteri Yorumlarından olumlu yorumlar arasında "Teşekkür", "Çok güzel", "Çok lezzetli", "Tavsiye" gibi ifadeler öne çıkmaktadır. Bu yorumlar, müşterilerin ürünlerden memnun kaldıklarını ve bunu paylaşmaktan çekinmediklerini göstermektedir. Ayrıca "Taze", "Doğal", "Temiz" gibi ifadeler de ürünlerin kalitesi ve doğallığına vurgu yaparak dikkat çekmektedir. Öte yandan, müşterilerin olumsuz yorumlarda ise "Lezzet", "Tuzlu", "Düşük kalite", "Taze olmaması" gibi endişeler ön plana çıkmaktadır. Bu yorumlar, bazı müşterilerin ürünlerden bekledikleri lezzetin veya kalitenin karşılanmadığını ifade etmektedir. Ayrıca "Küf", "Paketleme", "Kargo" gibi konular da ürünlerin teslimatı veya ambalajlanmasıyla ilgili yaşanan olumsuz deneyimleri yansıtmaktadır (Tablo 2).

**Tablo 3:** Yöresel Yiyeceklerin Duyusal Özelliklerine Yönelik Müşteri Yorumları

| Özellikler    | Sayı |
|---------------|------|
| Lezzetli-taze | 19   |
| Tuzlu         | 11   |
| Acı           | 6    |
| Sert          | 4    |
| Ekşi          | 3    |
| Renk          | 3    |
| Kıtır         | 2    |
| Koku          | 1    |
| Çiğ           | 1    |

Tablo 3'teki veriler, müşterilerin satın aldıkları yöresel yiyeceklerin çeşitli duyuşal özellikleri hakkında verdikleri geri bildirimleri göstermektedir. Örneğin, en çok bahsedilen özellik "Lezzetli-taze"dir, bu da müşterilerin ürünlerin tazeliğini ve lezzetini önemseydiğini göstermektedir. "Tuzlu" ve "Acı" da sıklıkla bahsedilen özelliklerdir, bu da müşterilerin ürünlerin tadıyla ilgili deneyimlerini paylaştıklarını gösterir. Diğer yandan, "Sert", "Ekşi", "Renk", "Kıtır", "Koku" ve "Çiğ" gibi özellikler daha az bahsedilmiştir, ancak yine de müşterilerin ürünlerin farklı duyuşal özelliklerine dikkat çektiğini göstermektedir. Bu yorumlar, ürünlerin çeşitli duyuşal özelliklerinin müşteriler için önemli olduğunu ve bu özelliklerin ürün deneyimini şekillendirdiğini göstermektedir.

#### 4. Sonuç Ve Öneriler

Yapılan araştırma sonucunda, Hepsiburada'da 65 adet yöresel yiyeceğin satışa sunulduğu tespit edilmiştir. Ancak bazı ürünlerde müşteri yorumu bulunurken, bazılarında henüz yorumun bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Toplam 236 adet yorum sayısı görülürken, 100 adet yoruma ulaşılammıştır. Bu tutarsızlık fark edildiğinde, çevrim içi çözüm merkezine başvurulmuş ve müşteri temsilcisiyle iletişime geçilmiştir. Bu görüşme, müşteri memnuniyeti odaklı bir yaklaşımı yansıtmaktadır. Müşteri temsilcisi, sorunu hızlı bir şekilde çözmek için gerekli adımları atmış ve müşteriye anlayışlı bir tutum sergilemiştir. Müşteri temsilcisinin, sorunu çözmek için gereken adımları atacaklarını ve müşteri memnuniyetini sağlamak için çaba göstereceklerini belirtmesi, müşteriye güven vermiştir.

Araştırma sonucunda çeşitli ürünlerin ve farklı illerden ürünlerin olduğu belirlenmiştir. Hepsiburada gibi çevrim içi alışveriş platformlarında satışa

sunulan yöresel yiyeceklerin çeşitliliği ve bu ürünlerin farklı coğrafi bölgelerden gelmesi, Türkiye'nin zengin ve çeşitli gastronomik kültürünün bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Hatay, Erzurum, Tokat ve Gaziantep gibi çeşitli illerden gelen yöresel yiyeceklerin Hepsiburada gibi büyük e-ticaret platformlarında satışa sunulması, Türkiye'nin zengin gastronomik mirasının geniş kitlelere ulaşmasına ve tanıtılmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, yöresel lezzetlerin korunması, geleneksel tariflerin yaşatılması ve yerel üreticilerin desteklenmesi açısından da büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, bu çeşitlilik, Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyelini artırarak uluslararası alanda da dikkat çekebilir ve turizm gelirlerine katkı sağlayabilir.

Hatay, Türkiye'nin güneyinde konumlanmış, derin bir tarihe, zengin bir kültüre ve çeşitlilik açısından zengin bir gastronomi mirasına sahip önemli bir ildir. UNESCO, Hatay'ın gastronomi alanındaki katkılarını takdir ederek onu 'Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil etmiştir. Bu, Hatay mutfağının eşsiz lezzetlerinin uluslararası alanda tanınması ve korunması açısından büyük bir adımdır. Hatay yöresel ürünlerinin çevrim içi satışının artması, bölgenin bu zengin gastronomik mirasının daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayarak çeşitli faydalar sağlayabilir. Bu sayede, Hatay'ın kültürel ve gastronomik mirası korunurken, yerel ekonomiye ve üreticilere de destek olunabilir.

Araştırma sonucunda toplamda, olumlu yorumların sayısının olumsuz yorumlardan daha fazla olması, genel olarak müşteri memnuniyetinin yüksek olduğunu göstermektedir. Ancak, olumsuz yorumların da dikkate alınması ve gerekli iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir. Müşteri geri bildirimleri, işletmelerin ürün kalitesini ve hizmet standartlarını geliştirmek için önemli bir kaynaktır. Alanyazında, yiyeceklerin duyuşal özelliklerinin, müşterilerin gıda tercihlerini belirlemede kritik bir rol oynadığı vurgulanmaktadır (Eertmans vd., 2005). Bu duyuşal özellikler, tat, koku, doku ve görünüm gibi unsurları içerir ve bireylerin besinleri algılayış biçimini ve tat tercihlerini belirlemektedir. Benzer şekilde, gastronomik deneyimlerde, yiyecek ve içeceklerin duyuşal özelliklerinin, özellikle koku, tat ve görsel sunumunun önemli bir unsuru olduğu belirtilmektedir (Şahin, 2023). Bu bağlamda, araştırmada elde edilen sonuçlar, müşterilerin satın aldıkları yöresel yiyeceklerin çeşitli duyuşal özelliklerine yönelik yaptıkları yorumlarla paralellik göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, müşterilerin satın aldıkları yöresel yiyeceklerde tazeliğe büyük önem verdikleri gözlemlenmiştir. Bu bulgu, yöresel yiyecek-içecek tüketiminin tazelik gibi unsurlara bağlı olduğunu desteklemektedir (Birch, Memery & Kanakaratne 2018, s. 221). Bu noktada, müşterilerin satın alım tercihlerinde tazeliğin önemli bir faktör olduğu literatürle uyumlu olarak ortaya konmuştur (Reich, Beck & Price 2018; Çulha & Dağkiran, 2016). Araştırma

sonuçlarına göre, hem olumlu hem de olumsuz yorumlarda, paket, paketleme ve kargonun önemli bir yer tuttuğu tespit edilmiştir. Müşterilerin, yiyecek-ıçecek ürünlerini satın alırken, sunulan ürünlerin paketleme ve muhafaza özellikleri gibi faktörlere dikkat ettikleri gözlemlenmiştir (Düz, 2012). Bu bulgu, müşterilerin ürün tercihlerinde sadece ürünün kendisi değil, aynı zamanda ürünün paketlenme ve taşıma sürecindeki kaliteyi de önemsediklerini ortaya koymaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre, müşterilerin düşük kaliteyle ilgili olumsuz yorumlar yaptığı tespit edilmiştir. Jekanowski, Williams ve Schiek'in (2000) araştırmasında belirtildiği gibi, müşterilerin yöresel yiyeceklerin üstün kaliteye sahip olduğuna olan inançlarının, yöresel ürünleri satın alma istekliliklerini belirlemede önemli bir rol oynadığı vurgulanmaktadır. Benzer şekilde, Selfa ve Qazi'nin (2005) araştırması da kentsel ve kırsal bölgelerdeki müşterilerin çoğunluğunun, yiyecek-ıçecek satın alma kararlarını ürünlerin kalitesine dayandığını ortaya koymuştur. Bu bulgular, müşterilerin yöresel yiyeceklerin kalitesine büyük önem verdiğini ve ürün kalitesinin satın alma kararlarında belirleyici bir faktör olduğunu göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, turşu, börek, ekmek çeşitleri, içli köfte, komposto ve konserve gibi yöresel yiyeceklerin en çok satışa sunulan ürünler olduğu tespit edilmiştir. Bu ürünler, hazır olan ve işlem gerektirmeden yenilebilen ürünlerdir. Ayrıca, el emeği isteyen ürünler yörelere göre farklı biçimde yapılmaktadır ve yöresel olarak yapıldıklarında daha lezzetli olabilmektedirler. Türker'in (2019) araştırmasında da çevrim içi yiyecek-ıçecek siparişi veren müşterilerin tercih ettikleri ürünler incelenmiş, en çok tercih edilen ürünler arasında hazır yemek ürünlerinin öne çıktığı belirlenmiştir. Bu bulgular, müşterilerin çevrim içi alışverişte pratik ve hazır yiyecek ürünlerine olan taleplerini desteklemektedir.

Çalışma sonuçlarına göre, turistlerin yöresel yiyecek tercihleriyle çevrim içi alışveriş yapan müşterilerin alışveriş tercihleri arasında benzerlikler ve farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Turistler, genellikle yöresel yiyecek içecekleri bölgeye gidip tüketmeyi tercih etmektedirler. Bu tercihlerini heyecan arayışı, sağlık beklentisi, rutinden kaçış, bilgi edinme, otantik deneyim, sosyalleşme, prestij, fiziksel çevre ve duyuşal çekicilik gibi unsurlara dayandırmaktadırlar (Girgin, 2018; Bayrakçı & Akdağ, 2016; Şengül, 2016; Kim, Goh & Yuan, 2010). Diğer yandan, çevrim içi alışveriş yapan müşteriler daha çok paketleme, tazelik, lezzet, kargo, duyuşal özellik ve doğal özelliklere önem vermektedirler. Bu bulgular, turistlerin ve çevrim içi alışveriş yapan müşterilerin yöresel yiyecek tercihlerinin farklı motivasyonlar ve öncelikler doğrultusunda şekillendiğini göstermektedir.

## Kaynakça

- AJANOVİC, E. (2018). Çevrim içi otel yorumlarında ikna edici iletişim sürecinin tutumlar ve ikna edici ipuçları aracılığıyla analiz edilmesi (Yayımlanmamış Doktora tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Antalya.
- ALAN, M.A. (2002). Elektronik ticaret ve işletmeden tüketiciye (B2C) modeli uygulaması (Yayımlanmamış Doktora tezi). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sivas.
- ARIKAN, R. (2013). *Araştırma yöntem ve teknikleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- BAYRAKÇI, S. & AKDAĞ, G. (2016). Yöresel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27 (1), 96-110.
- BİRCH, D., MEMERY, J. & KANAKARATNE, M. (2018). The mindful consumer: Balancing egoistic and altruistic motivations to purchase local food. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 221-228.
- BRESSOLLES, G., DURRIEU, F. & SENEAL, S. (2014). A Consumer typology based on e-service quality and e-satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21 (6), 889-896.
- BURT, S. & SPARKS, L. (2003). E-Commerce and the retail process: a review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 10 (5), 275-286.
- CHOİ, H.S. & LEON, S. (2020). An Empirical Investigation of Online Review Helpfulness: A Big Data Perspective. *Decision Support Systems*, 139, 113403.
- ÇELTEK, E. & BOZDOĞAN, M. (2013). Turizm işletmelerinde e-ticaret: yemeksepeti.com'da satış yapan yiyecek-içecek işletmelerinin incelenmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12 (3), 611-643.
- ÇULHA, O. & DAĞKIRAN, S. (2016). Restoran işletmelerinde üst düzey çalışanlar açısından yöresel yiyecekler: faydalar, engeller ve satın alma ölçütleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27 (2), 195-212.
- DÜZ, N. (2012). Ambalaj-reklam ilişkisi ve tasarım eğitimindeki yeri. *Western Anatolia Journal of Educational Science*, 3 (6), 19-52.
- EERTMANS, A., VİCTOİR, A., VANSANT, G. & BERGH, Ö.V. (2005). Food-related personality traits, food choice motives and food intake: mediator and moderator relationships. *Food Quality and Preference*, 16, 714-726.
- EL-BAZ, B.E.S., ELSEİDİ, R.I. & EL-MANİAWAY, A.M. (2022). Influence of electronic word of mouth (E-WOM) on brand credibility and egyptian

- consumers purchase intentions. In *Research Anthology on Social Media Advertising and Building Consumer Relationships* (pp. 1626-1641).
- ERDOĞAN, M.G. (2020). COVID-19 döneminde e-ticaret ve dijital reklam yatırımları. *Selçuk İletişim Dergisi*, 13 (3), 1296-1318.
- ERTEMEL, A.V. & ÇELİK, B. (2016). An exploratory analysis of online shopping behavior in Turkey. *International Journal of Commerce and Finance*, 2, 67-80.
- E-Ticaret İstatistikleri, 2021. Erişim Tarihi: 10 Nisan 2024, <https://ticaret.gov.tr>
- E-Ticaret İstatistikleri, 2024; Erişim Tarihi: 10 Nisan 2024, <https://ticaret.gov.tr>
- FAQİH, K.M.S. & JARADAT, M.I.R.M. (2015). Assessing the moderating effect of gender differences and individualism-collectivism at individual-level on the adoption of mobile commerce technology: TAM3 perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 37-52.
- FELDMANN, C. & HAMM, U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food: a review. *Food Quality and Preference*, 40, 152-164.
- GİRGİN, G.K. (2018). Yerel gıdaların tüketilmesine yönelik turist motivasyonlarının ölçülmesi: Antalya'da bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (Özel Sayı), 793-810.
- GOBY, V.P. (2006). Online purchases in an infocomm sophisticated society. *Cyber Psychology and Behavior*, 9 (4), 423-431.
- JEKANOWSKI, M.D., WILLIAMS, D.R. & SCHIEK, W.A. (2000). Consumers' Willingness To Purchase Locally Produced Agricultural Products: An Analysis Of An Indiana Survey. *Agricultural and Resource Economics Review*, 29 (1), 43-53.
- KARASAR, N. (2000). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- KİM, Y.H., GOH, B.K. & YUAN, J. (2010). Development Of A Multidimensional Scale For Measuring Food Tourist Motivation. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 11 (1), 56-71.
- KRİPPENDORFF, K. (1980). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology, Newbury Park, CA: Sage.
- LİN, Z. (2014). An empirical investigation of user and system recommendations in E-Commerce. *Decision Support Systems*, 68, 111-124.
- Marketing Türkiye, 2021; Erişim Tarihi: 10 Nisan 2024, <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/favori-alisveris-sitesi/>
- PAKER, N. & KIZILIRMAK, B. (2023). Çevrim içi müşteri yorumlarını etkileyen faktörler üzerine keşifsel bir çalışma: Trendyol örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23 (4), 1393-1414.

- PANTANO, E. & PRİPORAS, C.V. (2016). The effect of mobile retailing on consumers' purchasing experiences: a dynamic perspective. *Computers in Human Behavior*, 61, 548-555.
- REİCH, B.J., BECK, J.T. & PRİCE, J. (2018). Food as ideology: measurement and validation of locavorism. *Journal of Consumer Research*, 45 (4), 849-868.
- SELF, T. & QAZİ, J. (2005). Place, taste or face-to-face? understanding producer-consumer networks in 'local' food systems in Washington State. *Agriculture and Human Values*, 22, 451-464.
- SİERİNG, M., MUNTERMANN, J. & RAJAGOPALAN, B. (2018). Explaining and predicting online review helpfulness: The role of content and reviewer-related signals. *Decision support system*, 108, 1-12.
- SKALLERUD, K. & WİEN, A.H. (2019). Preference for local food as a matter of helping behavior: insights from Norway. *Journal of Rural Studies*, 67, 79-88.
- ŞAHİN, İ.S. (2023). Gastronomik kimlik ve destinasyon imajı arasındaki ilişkide yöresel yemek tüketim motivasyonunun rolü (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ŞENGÜL, S. (2016). Yöresel mutfak tercihindeki motivasyon unsurlarının destinasyonu tekrar tercih etme ve başkalarına önerme üzerine etkisi (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ŞENGÜL, S. & TÜRKAY, O. (2016). Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (Özel Sayı), 86-99.
- TORAMAN, Y. & YÜKSEL, C.A. (2022). Covid-19 salgını sürecinde tüketicilerin yeni teknolojileri benimsemelerinin teknoloji kabul modeli (TKM) çerçevesinde temassız teslimat özelinde incelenmesi: mobil uygulamalar üzerine bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 23 (Covid-19 Özel Sayısı), 17-34.
- TSAO, W.C. & TSENG, Y.L. (2011). The Impact Of Electronic Service Quality On Online Shopping Behaviour. *Total Quality Management and Business Excellence*, 22 (9), 1007-1024.
- TÜRKER, P. (2019). Tüketicilerin online alışveriş alışkanlıklarının incelenmesi: Mersin ili örneği (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

# Bölüm 3

## Zeytin'in Ekonomik Değeri

Enes ASLAN<sup>1</sup>

Emine AY YİĞİT<sup>2</sup>

### Özet

Zeytin üretimi ağırlıklı olarak Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerde yapılmaktadır. Ülkemiz coğrafi konum olarak zeytin üretimine elverişli bir ülkedir. Marmara, Ege, Akdeniz bölgelerinde ağırlıklı olarak, Akdeniz bölgesi iklimine sahip Gaziantep, Kilis, illerinde, sınırlı oranda Karadeniz bölgesinde üretimi yapılmaktadır. Zeytin sofralık kullanımının dışında kozmetik sanayide, kullanılmaktadır. Zeytin tarımı birçok aileye geçim kaynağı olmaktadır. Zeytin küresel rekabet gücüne sahip bir üründür. Ayrıca A, D, E, K vitaminleri ile kalsiyum, fosfor, potasyum, magnezyum, kükürt, demir, bakır, manganez gibi mineraller kemik gelişiminin gelişmesine ve korunmasına katkı sağlamaktadır. Zeytinin, Türkiye ekonomisinde ilk on tarımsal ürün içerisinde yer alması bu konuda yeni çalışmaların yapılmasını gerekli kılmaktadır. Zeytin hakkında yaptığımız bu araştırmanın amacı; Zeytin hakkında yapılan çalışmalara katkıda bulunmak zeytinin ülke ekonomisindeki değerini vurgulamaktır. Araştırma sonucunda; zeytinin dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde yaygın kullanıldığı, ekonomik değerinin yanında, mutfakta yaygın kullanıldığı, sofralık zeytin miktarının zeytinyağına oranla daha fazla kullanıldığı, zeytine ait bütün ürünlerin ülkede aktif olarak kullanıldığı, Türkiye'nin zeytin üretiminde Dünya da dördüncü sırada olduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Zeytin, Ekonomi, Beslenme, Sağlık.

<sup>1</sup> Dr. Project Executive, İstanbul, Türkiye, ORCID ID 0009-0004-3043-7948

<sup>2</sup> Öğr.Gör., Datça Meslek Yüksekokulu, Muğla, Türkiye  
ORCID ID 0000-0002-5642-0616

## Economic Value of Olive

### Abstract

Olive production primarily occurs in countries bordering the Mediterranean. Our country is geographically well-suited for olive cultivation. The majority of production takes place in the Marmara, Aegean, and Mediterranean regions, with notable production also in Gaziantep and Kilis, which have a Mediterranean climate, and to a limited extent in the Black Sea region. Beyond its use as a table olive, olives are also utilized in the cosmetic industry. Olive farming serves as a source of livelihood for many families and is a product with global competitive potential. Additionally, olives are rich in vitamins A, D, E, and K, as well as minerals such as calcium, phosphorus, potassium, magnesium, sulfur, iron, copper, and manganese, all of which contribute to bone development and maintenance. The fact that olives rank among the top ten agricultural products in Turkey's economy necessitates further research in this area. The aim of our study on olives is to contribute to existing research and highlight the significance of olives in the national economy. The findings indicate that, similar to other countries, olives are widely used in Turkey, not only for their economic value but also for their prevalent use in cooking, with table olives being consumed more than olive oil. It was also revealed that all olive-related products are actively utilized in the country, and Turkey ranks fourth in the world for olive production.

**Keywords:** Olive, Economy, Nutrition, Health.

### Giriş

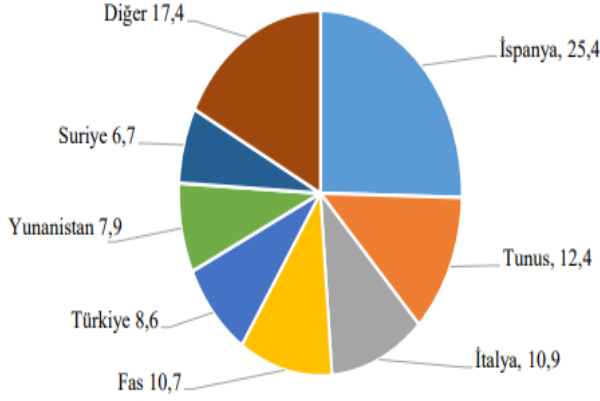
Zeytin tarih öncesi çağlardan beri Anadolu Medeniyetleri için çok önemli bir bitki olmuştur. Türk mutfağında önemli bir yere sahip olan zeytinden üretilen zeytinyağı; yemeklerin yapımında, aydınlatma amaçlı kandillerde yakıt olarak, sabun yapımında, kozmetikte ve ilaç yapımında kullanılmıştır. Zeytin'in halk kültüründe de ayrı bir yeri olmuştur. Zeytinyağı ve zeytin besleyicilik yönünden oldukça kuvvetli olan gıdalardır. Son yüzyılın hastalıkları olarak kabul edilen kalp, diyabet gibi hastalıklara karşı koruyucu etkisi bulunan önemli bir besin maddesidir (Küçükkömürler ve Ekmen, 2008). Türkiye, ekolojik açıdan yatkinlık, mevcut ağaç sayısı ve geleceğe yönelik hedeflerle beraber meyvenin de anavatanı olması sebebiyle zeytin üreten ülkeler arasında önemli bir yere sahiptir. Kuzey Mezopotamya'da ortaya çıkan zeytin buradan bütün dünyaya yaygınlaşmıştır (Savran ve Kaya, 2018). Tarihsel süreçte çoğu medeniyet tarafından farklı amaçlarla kullanılan zeytin, barışın, sağlığın özellikle uzun bir ömrün simgesi olarak görülmektedir. İnsanlar zeytini ve elde edilen ürünleri yalnızca gıda olarak değil, şifa amaçlı tüketmişlerdir. Anadolu'da

gelenekselleşmiş olan zeytin, dış ticarete’de büyük önem taşımaktadır (Savran ve Demirbaş, 2011).

Zeytin ağacı dünyada en çok dikilen meyve ağaçlarından biridir. Zeytin ağacının, zorlu iklim koşullarına dahi dayanıklı ve düşük bakım gerektiren bir ağaç türü olduğu bilinmektedir. Bu nedenle, zeytin tarımı ve zeytinyağı üretimi, özellikle Akdeniz iklimine sahip bu bölgelerde hala önemli bir gelir kaynağıdır. Yerel kültürün önemli bir parçasını oluşturmaya devam etmektedir. Zeytinyağı, sağlık ve beslenme faydaları, lezzeti ve çok yönlü kullanım alanları nedeniyle dünya genelinde ekonomik değere yüksek olan bir bitkisel yağdır. Zeytinyağı sektörü; zeytin ağacı yetiştiriciliği, zeytin hasadı, zeytinyağı üretimi ve pazarlamasını içeren geniş bir ekonomik zinciri kapsamaktadır. Zeytinyağı üretimi ve ticareti, dünya ekonomisine önemli katkılarda bulunmaktadır.

### **Zeytin Tarihi**

Zeytin ağaç olarak dünyada bilinen en eski ekili ağaçlar arasında yer almaktadır (Basılğan ve Hayretçi, 2023:225). Basılğan, M. ve Hayretçi, E. (2023). Çalışmaların sonucu arkeolojik kanıtlarda, zeytin , zeytin yetiştiriciliğinin ve işlenmesine dair bulguların Erken Bronz Çağda (M. Ö. 3. binyıl) olduğunu göstermiştir. Girit Adası’nda ortaya çıkan linear B yazıtlarında yabani zeytinin sadece gıda olarak kullanılırken, kozmetik , parfüm, ya da merhem gibi endüstriyel ürünler olarak da değerlendirildiğini ortaya koymuştur Antik çağda zeytinyağının kozmetikte kullanıldığını kanıtlayan bilgiyi Plinius aktarmıştır. Plinius’a göre insan vücudu için kullanılan iki sıvıdan söz eder, biri vücudun içi için “şarap”, diğeri dışı için “zeytinyağı”dır. Bu bilgiye göre; o çağdaki zeytinyağının kozmetik kullanımını kanıtlamaktadır. Antik çağda vücut kirleri zeytinyağı ile temizlenirdi. Vücut zeytinyağı ile ovulur sonrasında strigilis adı verilen özel bir alet ile de vücuttan çıkartılarak temizlik işlemi biterdi . Uzun yolculuklara çıkan insanlar ayaklarında yara oluşmasını diye zeytinyağı sürerlerdi. Koşucular veya Güreşçiler gibi spor ile uğrasanlar yarışma öncesi adalelerini yumuşaması ve ısınması için zeytinyağı ile ovarlardı. Zeytinyağı tüketiminin antik Atina toplumunda yüksek olduğuna dair veriler bulunmaktadır. Bu dönemde yaşayan kadınların yılda 1, 5 litre zeytinyağını vücutlarının bakımlarında kullandıkları, erkeklerde bu oranın 5-10 litre arasında olduğu tahminler arasındadır. Kozmetikte kullanılmasından hariç Myken tabletlerindeki bilgilere göre; zeytinyağının tekstil yapımında ve tabaklama işlemi esnasında kullanıldığı bilinmektedir (Aydınoğlu, 2009).



**Grafik 1** Dünya Zeytinlik alanların ülkelere Göre dağılımı (2021, %)

**Kaynak:** FAO, 2023

Grafik1 incelendiğinde; Zeytinlik alanların en fazla olduğu üç ülke İspanya, İtalya ve Tunustur. Türkiye zeytinlik alanları ile dünya ülkeleri sıralamasında kayda değer bir yere sahiptir. Dünya zeytin üretim toplamının yüzde 97'si Akdeniz ülkelerinde yapıldığı görülmektedir. Dünya'da zeytinyağı üretiminin yüzde 98. 1'i ve zeytinyağı tüketiminin yüzde 87. 7'si de, Akdeniz ülkelerinde gerçekleşmektedir (Ünsal, 2021). Büyük bir oranda üretimi yapılan zeytinyağının aynı zamanda üretilen ülkelerde tüketildiği görülmektedir. Akdeniz ülkeleri toplam dünya rekoltesinin yüzde 90-95'ini üretmektedir. Dünya'da zeytinyağı yüzde sırası ile İtalya, İspanya ve Yunanistan ülkelerine aittir. Türkiye Dünya'da zeytinyağı üretiminde, ilk yedi ülke arasında yer almaktadır. Türkiye sofralık zeytin üretiminde, ilk dört ülke arasında yer almaktadır. Bu ülkeler; İspanya, Mısır, Türkiye ve Cezayir'dir (Eryılmaz, 2020).

**Tablo 1.** 2013 -2023 İllere Göre Ortalama Zeytinyağı Üretim Miktarları (Ton)

| İller         | Miktar   |
|---------------|----------|
| Çanakkale     | 8. 209   |
| Balıkesir     | 22. 199  |
| Bursa         | 98. 782  |
| Manisa        | 129. 981 |
| İzmir         | 25. 452  |
| Aydın         | 36. 748  |
| Muğla         | 22. 347  |
| Hatay         | 21. 148  |
| Kilis         | 5. 185   |
| Gaziantep     | 7. 206   |
| Kahramanmaraş | 2. 170   |
| Osmaniye      | 6. 399   |
| Adana         | 3. 334   |
| Mersin        | 14. 442  |
| Antalya       | 8. 782   |

**Kaynak:** (<https://arastirma.tarimorman.gov.tr/>)

Tablo 1 göre; Zeytin yağı üreten illerin başında Manisa gelmektedir, Zeytinyağı Ege, Akdeniz, bölgeleri ve bu iklimin etkilediği illerde üretilmektedir. Zeytinyağının en az üretildiği il Kahramanmaraş olmuştur.

**Tablo 2.** Türkiye'de İllere Göre Zeytin Üretimi (Ton)

| İller         | 2013    | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    | 2023 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|------|
| Çanakkale     | 38.234  | 82.555  | 24.953  | 50.331  | 66.975  | 44.288  | 36.811  | 42.811  | 34.635  | 79.512  |      |
| Balıkesir     | 72.704  | 149.768 | 59.774  | 187.282 | 245.392 | 109.902 | 163.131 | 130.575 | 177.833 | 242.719 |      |
| Bursa         | 147.995 | 61.279  | 89.309  | 100.244 | 86.827  | 148.686 | 85.053  | 121.461 | 146.521 | 250.598 |      |
| Manisa        | 126.327 | 181.882 | 101.882 | 289.837 | 254.878 | 310.067 | 135.458 | 335.121 | 269.309 | 617.038 |      |
| İzmir         | 67.694  | 194.527 | 53.441  | 179.014 | 183.028 | 102.756 | 117.682 | 94.875  | 168.931 | 337.298 |      |
| Aydın         | 120.421 | 152.651 | 117.173 | 283.151 | 440.796 | 200.889 | 334.030 | 120.704 | 287.749 | 429.860 |      |
| Muğla         | 60.837  | 113.306 | 22.110  | 119.686 | 205.550 | 41.698  | 154.629 | 47.078  | 182.688 | 392.104 |      |
| Hatay         | 95.107  | 124.187 | 168.750 | 66.180  | 143.000 | 91.000  | 127.500 | 67.211  | 120.000 | 145.000 |      |
| Kilis         | 24.336  | 4.632   | 52.000  | 6.300   | 13.000  | 52.500  | 26.000  | 27.171  | 24.000  | 27.000  |      |
| Gaziantep     | 61.205  | 21.315  | 77.500  | 12.500  | 16.500  | 70.000  | 18.000  | 54.632  | 33.000  | 14.500  |      |
| Kahramanmaraş | 12.553  | 6.647   | 10.500  | 1.650   | 11.000  | 22.500  | 9.500   | 15.813  | 18.000  | 16.000  |      |
| Osmaniye      | 14.190  | 28.100  | 40.000  | 52.000  | 62.500  | 65.000  | 30.000  | 62.793  | 34.000  | 50.000  |      |
| Adana         | 17.648  | 22.175  | 15.000  | 22.500  | 30.000  | 42.000  | 21.500  | 7.208   | 21.000  | 36.500  |      |
| Mersin        | 67.855  | 93.604  | 192.000 | 40.000  | 137.500 | 69.993  | 98.225  | 63.787  | 105.000 | 190.000 |      |
| Antalya       | 31.740  | 44.213  | 20.000  | 61.000  | 72.000  | 61.000  | 70.000  | 54.287  | 45.000  | 73.000  |      |

Kaynak :([https://arastirma. tarimorman. gov. tr/](https://arastirma.tarimorman.gov.tr/)).

Tablo 2. İncelendiğinde; Zeytinyağı üretiminin yıllara göre farklılıklar gösterdiği görülmektedir. Bunun yanında yıllar geçtikçe olumlu yönde zeytin üretimi artmıştır. En fazla artış marmara ve ege bölgelerinde olmuştur. Ege Bölgesi'nde bulunan saha ve kenarlarındaki yamaçlar, Ayvalık ve Edremit ve çevreleri ile Marmara Bölgesi'nde Mudanya , Gemlik , Havran, Burhaniye, Türkiye'de zeytin tarımının yoğunluğunun en fazla olduğu bölgelerdir. Ege Marmara ve bölgelerinde üretimi yapılan zeytinler sofralık aynı zamanda zeytinyağı üretiminde kullanılmaktadır. Hatay ve Kilis'de üretimi yapılan zeytinlerin yağ oranı daha yüksek olduğundan ağırlıklı olarak zeytinyağı üretilmektedir. Bu bölgenin zeytinlerinin zeytinyağından yüksek standartlarda sabun üretilmektedir (Çelik ve Cin, 2021).

**Tablo: 3** Zeytin ve Zeytinyağının (Yenebilen 100 G) Enerji ve Besin Öğeleri Değerleri

| Yağlı Besinler | Su    | Enerji (kkal) | Protein (p) | Yağ(g) | Karbonhidrat (g) | Posa (g) | Kalsiyum (mg) | Demir (mg) | Fosfor (mg) | Potasyum (mg) | Sodyum |
|----------------|-------|---------------|-------------|--------|------------------|----------|---------------|------------|-------------|---------------|--------|
| Zeytin (yeşil) | 75, 8 | 144           | 1, 5        | 13, 5  | 2, 8             | -        | 90            | 2, 0       | -           | -             | -      |
| Zeytin (siyah) | 71, 8 | 207           | 1, 8        | 21, 0  | 1, 1             | -        | 77            | 1, 6       | -           | -             | -      |
| Zeytinyağı     | 0, 0  | 884           | 0, 0        | 100, 0 | 0, 0             | 0, 0     | 0             | 0, 4       | 1           | -             | 0      |

**Kaynak:** (Özer ve Tekinşen, 2021).

Akdeniz diyeti'nin uygulanması, lif açısından zengin besin ve yağların ve kullanımı, tokluk süresini uzatma ve iştah kontrolünün sağlanması obezite den korunma ve tip 2 diyabet hastalığının önüne geçmeye yardımcıdır (Beunza vd. , 2010). Akdeniz diyeti uygulamasında yeterli n-3 yağ asitlerinin temini, tekli doymamış yağ asitlerinin beslenmenin temelini oluşturması ve doymuş yağ asidi ile kolesterol alımının düşüklüğü olmasının kardiyovasküler hastalık riskini azalttığı görülmüştür (Grosso vd. , 2013).

### **Zeytin ve Yağının Türk Mutfağında Yeri**

Zeytinyağı, sağlığa dost olması, sofrta lezzetlerine olumlu etkileri ve zeytinin çeşidinin çok üretildiği bir bölge olması sebebiyle Türk mutfağında tercih edilen bir yağ çeşididir. Zeytin ve zeytinyağı Türk mutfağında sıcak soğuk yemeklerde , soslarda, tatlılarda mezelerde ve salatalarda kullanılmaktadır. Zeytinyağı Türk mutfağının tanıtılmasında, zeytinyağı ve kullanımını ön plana çıkarılarak hem Türk mutfağı iyi bir tanıtılabilir hem de geleneksel yemeklere farklı lezzet kazandırılabilir. İnsan beslenmesinde önemli bir yere sahip olan

zeytin ve zeytinyağının Türk mutfağında kullanımının yaygınlaşması arttırılması sağlık açısından da olumlu etkileri olacaktır ( Akgül, 2023).

### **Zeytinyağı Ekonomisi**

Ülkemizin iklim olarak zeytin üretimine geniş sahalara sahip olması zeytin ve ürünlerinin üretimi hatırı sayılır şekilde yükseltmiştir. Son yıllara dünya üzerinde salgın hastalıkların artması, insanların sağlıklarına olan özeni artırmış, bu durumun sonucunda, akdeniz tipi beslenme, sebze ağırlıklı beslenme üreticileri zeytin üretmeye yöneltmiştir. Zeytinyağı dünya genelinde büyük bir ekonomik değere sahip olan sağlıklı ve çok yönlü bir bitkisel yağdır. Zeytinyağı üretilmesi ve ihraç edilmesi, bu meyveyi üreten ülkeler için ekonomik büyüme ve kırsal kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Zeytinyağı sektöründe, kalite standartlarına uygunluk, pazarlama markalaşma, ve sürdürülebilirlik açısından gelecekte de büyümeye ve gelişmeyi sürdüreceği öngörülmektedir. Uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırmaya yönelik, zeytin üreticisi ülkelerin kalite standartlarına uygun üretim yapmaya ve sürdürülebilirliğe önem vermeye başladıkları ifade edilmiştir (Karaaslan ve Güner, 2009). Katma değeri arttırmak ve katma değerli ürünleri geliştirip tüketicilerle buluşturabilmek ülke ekonomileri açısından oldukça aldıklarında. Bununla birlikte, firmalar yeni ürünlerini geliştirme kararı verdiklerinde bazı önemli sorunlarla karşılaşabilmektedir. Bunlardan en önemlisi yeni ürün geliştirmede sistemli bir yaklaşımın olmaması ve var olan yaklaşımların da birbirleri ile çelişkiler kapsamasıdır (Cengiz vd. , 2010).

### **Sonuç Öneriler**

Zeytin ve zeytinden üretilen yan ürünler ekonomiye canlılık katmaktadır. Zeytinyağlı yemekler sağlıklı yaşam için kaynak sunmaktadır. Zeytin tarımı üç tarafı denizlerle çevrili akdeniz iklimi özellikleri taşıyan ülkemize oldukça uygundur. Ülkemizde dikili alan olarak fazla sayıda ağaç olmasına rağmen yeterince verim alınamamaktadır. Zeytin üretimi diğer tarım ürünlerine göre üretimi kolay olmasından dolayı kadınların üretmesine daha uygun bir meyvedir. Bun yanında ülkemizde bazı yöre zeytinlerinin coğrafi işaretlenmesi sonucu değeri artmış bulundukları yörelerin ekonomilerine önemli katkılar sunmuştur. Coğrafi olarak işaretlenmiş zeytinler uluslararası düzeyde önemli bir ekonomik vaat taşır. Benzersiz özellikleri ve kalitesiyle bilinen belirli bölgelerde yetiştirilen bu zeytinler, ayırt edicilikleri nedeniyle pazarda daha yüksek fiyatlar talep edebilir. Coğrafi kökenlerinin tanınması yalnızca değerlerini artırmakla kalmaz, aynı zamanda geleneksel çiftçilik uygulamalarını ve sürdürülebilir tarımı teşvik ederek yerel ekonomileri de destekler. Tüketicilerin yüksek kaliteli, otantik ürünlere olan talebi artmaya devam ettikçe,

coğrafi olarak işaretlenmiş zeytinler için pazarın genişlemesi muhtemeldir ve bu da üreticilere karlılıklarını artırma ve bölgelerin benzersiz tarımsal miraslarını teşvik ederek ekonomik kalkınmalarını geliştirme fırsatları sunacaktır. Coğrafi olarak işaretlenmiş zeytinler küresel ölçekte önemli bir ekonomik potansiyel sunar. Bu zeytinler, olağanüstü nitelikleri ve ayırt edici özellikleriyle tanınan belirlenmiş alanlarda yetiştirilir ve bu da pazarda prim fiyatlandırmalarına ulaşmalarını sağlar. Coğrafi kökenlerinin tanınması yalnızca pazar değerlerini artırmakla kalmaz, aynı zamanda geleneksel çiftçilik yöntemlerini ve sürdürülebilir tarım uygulamalarını teşvik ederek yerel ekonomileri de destekler. Tüketicilerin yüksek kaliteli, otantik ürünlere olan ilgisi artmaya devam ettikçe, coğrafi olarak belirtilen zeytinlere yönelik pazarın genişlemesi bekleniyor. Bu genişleme, üreticilerin karlılıklarını artırmaları için fırsatlar yaratırken, bölgelerin benzersiz tarımsal miraslarının tanıtımı yoluyla ekonomik kalkınmayı teşvik etmelerini sağlayacaktır. Topluluklar, bu zeytinlerin ayırt edici özelliklerinden yararlanarak kültürel kimliklerini koruyabilir ve gelecek nesiller için tarımsal uygulamalarının sürdürülebilirliğini sağlayabilir.

## Kaynakça

- Akgül, C. (2023). Türk Mutfağında Zeytin ve Zeytinyağının Kullanımı ve Sağlık Faydası. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 18(67), 127-138.
- Aydinoğlu, Ümit. 2009. Dağlık Kilikia Bölgesinde Antik Çağda Zeytinyağı ve Şarap Üretimi: Üretimin Arkeolojik Kanıtları. İstanbul: Ege Yayınları.
- Barrett, C. B. (2008). Smallholder market participation: concepts and evidence from Eastern and Southern Africa, *Food Policy* 33, 299-317.
- Cengiz, E. , Ayyıldız, H. , Kırkbir, F. (2010). Yeni Ürün Geliştirme Sürecinde Aşama-Eşiği Yöntemiyle Süreç Performans Değerlemesi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7 (1), s. 435-452.
- Beunza, J. -J. , Toledo, E. , Hu, F. B. , BesRastrollo, M. , Serrano-Martínez, M. , Sánchez-Villegas, A. , Martínez, J. A. ve Martínez-González, M. A. (2010). Adherence to the Mediterranean diet, long-term weight change and incident overweight or obesity: the Seguimiento Universidad de Navarra (SUN) cohort. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 92(6), 1484–1493. <https://doi.org/10.3945/ajcn.2010.29764>.
- Çelik, S. , & Cin, P. (2021). Kilis'te Zeytin Tarimi. *Journal Of International Social Research*, 14(79).
- Eryılmaz, A. (2020) "Geçmişten Günümüzezeytin Ve Zeytinyağı; Dünya-Akdeniz-Türkiye, " Kendi Yayını: Mart Matbaası.
- FAO (Food and Agriculture Organization), 2023, FAOSTAT veri tabanı, <https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL>.
- Grosso, G. , Marventano, S. , Giorgianni, G. , Raciti, T. , Galvano, F. ve Mistretta, A. (2013). Mediterranean diet adherence rates in Sicily, southern Italy. *Public Health Nutrition*, 17(9), 2001–2009. <https://doi.org/10.1017/s1368980013002188>.
- Karaaslan, A. &Tuncer, G. (2009), Uluslararası rekabet gücünün artırılmasında temel devlet politikaları, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (26), 23-45.
- Küçükkömürlü, S. , & Ekmen, Z. (2008). Barışın simgesi zeytin ve Anadolu kültürü. *ICANAS-38, Bildiri Kitabı*, 10-15.
- Özer, E. R. , & Tekinşen, K. (2021). Akdeniz diyeti ve sağlık. *Akademik Et ve Süt Kurumu Dergisi*, (2), 13-23.
- Öztürk, M. , Altay, V. , Gönenç, T. M. , Unal, B. T. , Efe, R. , Akçiçek, E. , & Bukhari, A. (2021). An overview of olive cultivation in Turkey: Botanical features, eco-physiology and phytochemical aspects. *Agronomy*, 11(2), 295.

- Savran, M. K. , Demirbaş, N. (2011). Türkiye’de Sofralık Zeytinde Kalite Sorunu ve Öneriler, Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 2011, 25 (2): 89-99. Savran, M. K, Demirbaş, N. (2015). Zeytinyağı Üretim ve Ticareti Açısından Lisanslı Depoculuktan Beklentiler, İzmir Ticaret Borsası Yayınları, No:94, ISBN: 978-605- 137-479-6, ss:56. Savran, M. K. , Kaya, Ü. (2018). Olive and Olive oil Industry in Turkey, Chronica Horticulture, 58 (01-02):24-28.
- Türkiye’de Zeytin Sektörünün Satış Performansının Belirleyicileri: Gemlik Zeytin Firmaları Üzerinde Bir Analiz. Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi, 9 (2), 223-238.
- Ünsal, A. (12. Baskı, 2021 - 1. Baskı, 2003). Ölmez Ağacın Peşinde Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı, Yapı Kredi yayınları, İstanbul.
- Zeller, M. , Diagne, A. and Mataya, C. (1998). Market access by smallholder farmers in Malawi: implications for technology adoption, agricultural productivity and crop income, Agricultural Economics 19, 219-229. (<https://arastirma.tarimorman.gov.tr/>)

# Bölüm 4

## Avrupa Kültürünün Taşıyıcısı Olarak Film Festivallerinin Seyri

Erke KESOVA<sup>1</sup>

### Giriş

Sinema tarihi incelendiğinde yaklaşık ilk elli yılı ile sonrası arasında önemli bazı farkların görüldüğü dikkati çekmektedir. Sinemanın toplu bir seyirci grubuna ilk gösterimin yapıldığı bir ilk örnek olarak bir Avrupa kenti olan Paris'te ortaya çıktığı kabul edilse de daha sonraki yıllarda gerek Avrupa'nın jeopolitiği gerekse Atlantik'in Batı yakasının ticari zihin yapısı ABD'yi bir büyük sinema ülkesi olarak ortaya çıkarmış ve sinemayı bir büyük küresel sektöre dönüştürmüştür. Buna karşın sinema öncesi sanatların merkezi konumunda olan Avrupa, ABD'nin bu yükselişine karşı kendi perspektifinden çözümler üretmeye çalışmış ve bu sürecin sonunda film festivalleri adı verilen bir alternatif yaratmıştır. Film festivalleri sadece ABD'nin büyük bir sektöre dönüştürdüğü sinemaya bir alternatif yaratmakla kalmamış bu şekilde aynı zamanda Avrupa, genetiği bakımından kendi tarihsel kodlarının dışavurumunu da gerçekleştirmiştir. Özünde Batı kapitalizminin ortaklaştırdığı iki farklı kültür içerisinde Avrupa birçok farklı tarihsel unsuru bünyesinde barındırırken, film festivalleri mevcut farklılıkların taşıyıcılığını sembolize etmektedir. Bugün yaşadığımız dünyada sayıları binlere varan film festivalleri gerçekleştirilmektedir. Bu etkinliklerde çok sayıda filmin gösterimi izleyicilere sunulurken birçok festivalde filmlere çeşitli ödüller de verilmektedir. Modern dünyanın bir rutini haline gelen film festivallerini tarihsel kökleri açısından incelemek sinemaya özellikle bir sanat dalı olarak bakan insanların hem bu bakış açısının hem de mevcut rutinini anlamlandırmak adına yeni fırsatlar sunacaktır.

### Bir Büyük Sektör Olarak Sinema

Sinema, Avrupa'da ortaya çıksa da 1900'lerin başlarında Hollywood'ta da gelişim göstermeye başlamıştır. Bu dönemlerde Fransa'da Lumiere Kardeşler ve

---

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi,  
ORCID: 0000-0003-1070-3263, E-posta: erke.kesova@gmail.com

Georges Melies'nin çabalarıyla başlayan dönem ABD'de Edwin S.Porter'ın katkısı ile devam etmiştir. Bu dönemlerde bir panayır eğlencesi olarak hüküm süren sinema zamanla kabuk değiştirmiştir ve önemli bir anlatı aracına evrilmiştir (Smith, 1997).

ABD, tarihsel olarak İngiltere'den de miras kalan kapitalist ekonominin merkezi konumunda bir ülke olmuştur ve ABD'li tüccarlar, kısa sürede sinemanın para kazanmanın önemli bir yolu olduğunu keşfetmişlerdir. Bu keşiflerini temel olarak sinemanın iki karakteristiğinden aldıkları iddia edilebilir. Sinemanın panayır eğlencesi olarak görüldüğü 1900'lerin başlarında bazı insan gruplarının bazı film parçalarına daha fazla ilgi gösterdikleri tespit edilmiştir. O günkü şartlarda insanlara, komik görüntüler, rayların üzerinde giden bir trenin önünden görüntüler, itfaiyeci görüntüleri gibi farklı görüntüler izletilmiştir. Bazı görüntülerin daha çok ilgi çekmesi ise, o yönde filmler üretilmesini teşvik etmiştir. Talebe göre film üretmek sinema açısından önemli iki olgunun doğmasına neden olmuştur. Bu olgulardan biri tür olgusu diğeri ise yıldız olgusudur, bir diğeri ise stüdyo sistemidir. Filmlerin türlere ayrılma ihtiyacı yapımcıların hangi karakteristiklere sahip filmlerin daha çok kar getireceğini düşünmesinden, yönetmenlerin ise öncelikli olarak hangi filmlerin daha çok gişe başarısı getireceğini tahmin etmesinden ortaya çıkar (Abisel, 1995).

ABD de sinemada türleri oluştururken kendi tarihinden beslenmiştir. Örneğin hayvanların bir bölgeden diğere güvenli şekilde geçişini sağlayan ata binmeyi bilen, kement kullanan, yalnız sığır çobanları, ABD tarihi açısından önemli bir yer tutar. Sığır çobanın İngilizcesi cowboy olarak bilinir. Ülkenin doğusundan batısına bu güvenliği sağlamaya çalışan insanların hikayelerinin talep edilmesi, içlerinde kovboyların olduğu bu filmlerin yapımında önemli bir artış yaratmıştır. Böylece western adı verilen bir türün ortaya çıkması sağlanmıştır. Dünya Savaşı'nın yarattığı umutsuzluk atmosferinde insanların şarkı ve dans gibi gösterileri bir kaçış olarak görmesi müzikal türünün ortaya çıkışını sağlamıştır. Başka bir örnek de 1930'lara doğru ortaya çıkan alkol yasağı ve alkolü evde üreten İtalyan göçmenlerinin dikkat çektiği yıllardır. Suç oranının yükseldiği bu dönemde insanların gündelik hayatta gördüklerini perdede de görmek istemesi gangster/suç filmlerinde artış sağlamıştır (Kakınç, 1993). ABD'nin film üretim sistemi filmleri türlere ayırmanın haricinde yıldız olgusunun da farkına varmıştır. Bazı aktör ya da aktrislerin daha çok izlenmek isteğini tespit eden yapımcılar daha sonraki filmlerde de aynı oyuncularla çalışmayı tercih ederler ve bu durum sinemada tür olgusunun yanı sıra yıldız olgusunu ortaya çıkarır. Bu yıllarda dünyanın farklı coğrafyalarına gitmeden California eyaletinde uygun maliyete, seri üretim yapmayı kolaylaştıran stüdyolarda filmler üretilmeye başlanmış, çok sayıda işçinin eşlik ettiği bu ortam stüdyo sistemi olarak anılmıştır. Kısaca

California eyaletinde Hollywood adı verilen sinema yapım ortamı bahsi geçen üç sacayağına dayanarak büyük bir ticari sektöre dönüşmüştür (Smith, 1997).

ABD'nin yürütücüsü olduğu bu sürecin yanı sıra 1915 yılından itibaren sinemanın bir sanat olup olmayacağı da ciddi biçimde tartışılmaya başlamıştır. Bugün dahi sadece sinema için değil bir bütün olarak sanat kavramı tam olarak kesin bir cevabı olan bir konu değilse de sinemadan önce ortaya çıkan sanatlar bazı temel kategorilere dayanarak sanat olarak kabul görürler. Sanat öncelikli olarak insan yaratısı olmak zorundadır (Erinç, 1998: 10-15). Ancak her insan yaratısı sanat bağlamında değerlendirilmemektedir. Sanatın temelinde bazı kaçınılmaz kategorilerin olduğu belirtilebilir. Bu kategoriler arasında biriciklik, estetik haz uyandırabilme güdüsü ve kendine haz anlatım yöntemlerinin yer aldığı ifade edilebilir. Biriciklik; sanatın yeni ve özgün bir şey ortaya koyabilmesi anlamına gelir. Bu nokta daha önce yapılmış eserlerin benzerlerini ortaya çıkarmanın o eseri sanat sınıfından çıkaracağı anlamına gelir. Benzer biçimde seri üretim şeklinde gerçekleşen çalışmalar da sanat dışı olarak görülebilir. (Farago, 2006). Aynı zamanda sanat eserleri zorunlu bir kategori olarak estetik haz uyandırma önceliğine sahiptir. Alıp satılan, meta olarak tarif edilen ürünler de, örneğin bir bardak, otomobil ya da kıyafet de insanlarda estetik haz uyandırabilir ancak bu ürünlerin ilk işlevi estetik haz uyandırmak değildir (Tunalı, 2008). Diğer yandan her sanat dalının kendine has anlatım yöntemleri vardır. Resim boya, heykel mermeri, tiyatro dekoru kullanır, sinema da kamera, kurgu, ses, ışık gibi unsurları kullanarak kendi anlatım yöntemlerini bulmuştur (Bordwell ve Thompson, 2009).

Sinema, ABD'de büyük bir sektöre dönüşürken sinema aynı yıllarda kendi anlatım yöntemlerini ortaya koymaya başlamış ve sanat olarak görülebileceğine dair görüşler ortaya atılmaya başlamıştır. Ancak ABD'nin Hollywood'u ortaya çıkaran ticari odaklı yaklaşımı sinemanın sanat olarak kabul edilip edilmeyeceği konusunda önemli bir ikilem yaratmıştır. Tür ve yıldız olgusu ile stüdyo sistemi sanatın evrensel tanımlarıyla belirgin şekilde çelişir. Bu noktada sinema sanat olarak değerlendirilmekten uzaklaşır. Diğer yandan ABD'nin mevcut tavrına karşı Avrupa'nın yarattığı sinema anlayışı sanat olarak değerlendirilmeye daha müsait bir görüntü sergilemiştir.

### **Avrupa Kültürü ve Sanat Sineması**

Avrupa tarihi incelendiğinde sanat tarihiyle koşut giden bir tarihe sahip olduğu görülecektir. Bu tarih aynı zamanda sinema öncesi sanatların gelişimi açısından önemli bir birikime sahiptir. Ortaçağ'da yeşermeye başlayan insanların doğayı özgürce resmedebileceğinin kabulü de ilerleyen yüzyıllarda farklı sanat akımlarının ortaya çıkışı da aynı tarihin ürünüdür. Buradan hareket edildiğinde

yüksek (burjuva) kültür mirasının Avrupa düşünce tarihi, Batı sanatı ve edebiyatını kuşattığına dair bir tutarlılık ve meşruiyet bulunmaktadır. Burada vurgulanan Batı sanatı Avrupa sanatıdır (Bergfelder, 2005).

Sinema söz konusu olduğunda ABD bir ülke olarak temsil edilirken Avrupa topyekun bir kıta olarak ABD'nin karşısında konumlanmaktadır. Bu noktada Avrupa kıtası içerisindeki ülkeler yerine hepsinin toplamı olarak bir Avrupalılık anlayışı ortaya atılabilir. Bu kavram yüzyıllara varan Avrupa kültürel birikiminin bir biçimde sinemada da kendini gösterdiği iddiasına dayanmaktadır. Bu iddia aynı zamanda ABD'de süregelen film üretim şeklinin bir sanat olarak değerlendirilmekten uzak olduğu buna karşın Avrupa'daki film üretim şeklinin sanat olarak değerlendirilmeye uygun düştüğü varsayımından hareket etmektedir.

Bu noktada Avrupa'daki film üretim pratikleri Avrupa'nın tarihsel farklılıklarının da etkisiyle ABD'deki film üretim pratikleri ile bir takım kategorik ayrımlara sahiptir. Bu farklılıklar öncelikli olarak kültürel farklılıklar, mekânsal farklılıklar, kurumsal farklılıklar ve ekonomik farklılıklar üst başlıkları altında değerlendirilebilir. Kültürel farklılıklar incelendiğinde ABD'nin yerleştirmeye çalıştığı kar amacı güden film üretim pratiğinin öncelikli olarak eğlenceyi baz aldığı vurgulanabilir. Eğlence, can sıkıntısından geçici olarak kurtulma, oyalanma ve kaçış olarak da yorumlanabilir. Bunun karşısında Avrupa'daki film üretim pratiğinin eğlenceden önce sanatı öncelediği vurgulanmaktadır. Bu noktada Avrupa'nın bir kıta olarak tarihsel mirasının da etkisiyle sinemadan önce ortaya çıkmış resim-heykel, edebiyat, tiyatro, mimari gibi sanatların karakteristikleriyle daha yoğun ilişki kurar ve kendisi üzerine düşünür. Devamında sinemanın bir sanat olarak kendisi üzerine düşünmesi, biriciklik ve estetik haz üretme potansiyelinin yanı sıra kendine has anlatım yöntemleri üzerine düşünmesi anlamına gelir. Avrupa sinemasının kültürel farklılıkları içerisinde değerlendirilebilecek diğer unsur ise ABD'nin yıldız oyuncuyu ön plana çıkarmasına karşın Avrupa'nın filmin yönetmenini ön plana çıkarması ve filmlerin yönetmenleriyle beraber anılmasıdır. ABD'deki müzikal gibi türlerde, şarkıcı, koreograf ve dansçılar gibi çok sayıda farklı çalışma birimi bulunduğu için yönetmen de diğer herhangi bir görevliden farklı ya da üstün değildir. Avrupa sineması mekânsal farklılıklar açısından incelendiğinde ise ilk olarak dilsel sınırlılıklar ortaya çıkar. ABD filmlerinin çekim dili dünya üzerindeki egemen dil olan İngilizcedir. Buna karşılık Avrupa ülkelerinin dilleri çeşitlidir ve bu durum Avrupa filmlerinde altyazıyı bir zorunluluk olarak gündeme getirir. Diğer yandan, ABD stüdyo sistemi sayesinde mekan olarak Hollywood dışına çıkma gereği duymazken, Avrupa filmlerinde kentlere, kentlerin sokaklarına inildiği, çekimlerin gerçek mekanlarda gerçekleştiği görülmektedir, kurumsal farklılıklar açısından durum incelendiğinde ise Avrupa

filmleri ağırlıklı olarak AVM benzeri yerlerde gösterilmemektedir. Avrupa filmleri buralardaki multipleks salonlar yerine ağırlıklı olarak sanat galerileri, müzeler ve sinemateklerde gösterilir. Ekonomik farklılıklar açısından bakıldığında ise ABD'nin pazarlama ve reklamcılığı öne çıkarmasına karşın Avrupa filmleri eleştirel başarı ile film festivallerindeki görünürlük ve ödülleri ön plana çıkarmaktadır. Avrupa kültürünün sinemadaki yansımaları anlayabilmek adına film festivallerinin tüm kavramlarını da kapsayan önemli bir çatı işlevi görmektedir (Elsaesser, 2005: 490-492).

### **Avrupalılığın Temsili Olarak Film Festivallerinin Ortaya Çıkışı**

Biriciklik değeri sanatın büyü ve ritüel olarak adlandırılan o ana özgüllüğünden kök alır. Buna karşın ABD'de seri üretim mantığı ile ilerleyen sinema anlayışı incelendiği, üretilen ürünlerin mümkün olan en geniş coğrafyalara kadar dağıtımını gerçekleştirmesi amaçlanmaktadır. Bu durum sanat eserlerinin çoğaltılabildiği gerçeğini ortaya çıkarır ve sanatın biriciklik ilkesiyle çelişir. Tarihsel olarak sanatçıların eserlerini daha çok insanın görmesini istemesinde çelişkili bir durum olmasa da sanat eserlerinin tekniğin imkanlarıyla yeniden üretilmesi yeni bir olgudur. İnsanın yarattığı herhangi bir ürünün sanat eseri olarak anılması için bir çıkış noktası olan biriciklik ilkesi burada aşınmaktadır. Ancak tekniğin imkanlarıyla tüm sanatların yeniden üretilebildiği çağda, değişmeyen bir olgu yine de mevcuttur. O olgu sanat eserinin şimdi ve buradalığıdır. Herhangi bir müzedeki özgün eser, tekniğin imkanlarıyla çoğaltılabilir ancak özgün eser, müzedeki eser olmaya devam eder (Benjamin, 1993)

Tekniğin imkanlarıyla sanat eserinin yeniden üretilebildiği çağda şimdi ve buradalığı inşa etmek ABD'nin sinema alanında yarattığı hegemonyaya karşı önemli bir eşik olmuştur çünkü sinemanın ABD'de kar odaklı olarak büyük bir sektöre dönüşmesi sonrası, Avrupa'da film üretimi ABD ile yarışması mümkün olmayan bir noktaya gelmiştir. Sinemanın ortaya çıktığı kıta olarak Avrupa, ABD hegemonyasına karşın kendi önlemlerini almaya çalışmak zorunda kalmıştır. Bu önlemlerin içerisinde çeşitli nedenlerden ötürü film festivallerinin ortaya çıkışı dikkat çekicidir. Avrupa'da ortaya çıkan film festivalleri ABD'nin sinema alanında kurduğu hegemonyaya bir alternatif olma amacı gütmektedir. ABD'nin dünya üzerinde sinema alanında hegemonya kurduğu süreçte karşısındaki esas rakip güç ise Sovyetler Birliği olmuştur. Film festivallerine bir model oluşturacak özellikle politik içeriğe sahip filmlerin gösterildiği sinema kulüpleri ABD hegemonyasına karşın Sovyetlerdeki alternatif gösterim alanları olarak dikkat çekmiş, sonrasında bu mekanlardaki gösterim pratikleri büyütülerek film festivallerinde gösterilen filmlerin ağırlıklı olarak gösterildiği sinemateklere

dönüştürülmüştür (Harbord, 2002: 55). Bu noktada film festivallerine ek olarak sinematek ve sanat galerisi benzeri mekanların sanatın şimdi ve buradılığı açısından önemli mekanlar olduğu belirtilmelidir. Avrupa filmleri değinilen mekanlarda gösterim imkanı bularak sanatın tarihsel olarak biricikliğini vurgulamış olurlar.

2. Dünya Savaşı öncesi jeopolitik Avrupa'daki film üretimini film festivallerini ortaya çıkarma konusunda teşvik etmiştir. Daha sonrasında ise Avrupa'da ortaya çıkan film festivalleri giderek yaygınlaşarak kültürel bir olguya dönüşmüştür. Bu noktada ABD'nin geri plana ittiği sanatın biricikliğı yanı sıra, Avrupa'nın tek bir ülkeden meydana gelmemesi dikkat çekicidir. ABD sayesinde sinemada tek bir ülkenin hüküm sürmesi kültürel çeşitlilik açısından da bir zaaf olarak görülebilir. Bu açıdan film festivalleri, müzelerdeki biriciklik, Sovyetler Birliği'ndeki politik nedenlerle ortaya çıkan sinema kulüpleri benzeri ortamların yanı sıra farklı ulusların kendilerini gösterebilecekleri bir imkan sunmaya elverişlidir. Burada farklı ülkelerden filmler birbirleriyle yarışırken aynı zamanda kendi ulusal kimliklerini görünür kılmıştır (De Valck, 2007).

### **Venedik Film Festivali**



**Resim 1. Venedik Film Festivali 1946 Afışı**

Festivalin ortaya çıktığı yıllarda dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi ülkeye ABD filmleri hakimdir ancak ulus kimliğini ön plana çıkaran faşizm adındaki ideoloji için bu durum kabul edilebilir değildir. Film festivali kapsamında değerlendirilecek ilk örnek 1932 yılında Guiseppe Volpi, Luciana de Feno ve Antoino Maraini tarafından Venedik'te ortaya çıkmıştır. Volpi, ülkenin

başkanı Benito Mussolini'nin ekonomi bakanı daha sonra Bienal'in başkanı olarak görev yapmıştır. Feno, Bienal'in genel sekreteri, Maraini ise yürütme komitesine başkanlık etmiştir. Venedik Film Festivali 1934 yılına kadar yılda iki kez daha sonra ise yılda bir kez düzenlenmiştir. ABD hegemonyasına karşın ulusların kendi kimlikleriyle var olma çabası da Benito Mussolini öncülüğündeki mevcut iktidara oldukça cazip gelmiştir. Bu nedenle ilk yıllarında festivalde en iyi film olarak seçilen filme Mussolini Kupası adındaki bir ödül verilmektedir. 1934 yılında yarışan film sayısı dokuzdan on yediye çıkmıştır. 1936 yılında film etkinliğinin bienalden ayrı özerk oluşum olması sağlanmıştır. 1937'de Lido Adası verilen bölgede kalıcı bir yapı inşa edilmiştir. Festival o günden sonra bu mekanda gerçekleştirilmiştir. İkinci Dünya Savaşı yıllarına önce 1942'de kesintiye uğramıştır. Festival 1946'de tekrar gerçekleşmeye başlamıştır. O yıl başlayan Cannes Film Festivali'yle yapılan anlaşmaya istinaden festival Eylül'e alınmıştır. 1947'de 90 bin katılımcıyla bir rekor kıran festival Avrupa ülkelerinin birbiriyle yarıştığı büyük bir sahne olduğunu kanıtlamıştır. Daha sonraki yıllarda Cannes Film Festivali'nin ön plana çıkması ve Hollywood stüdyo yapımlarının da baskısıyla karşılaşan festival 1963'te yeniden yapılanmaya gitmiştir. Festival

ABD'nin stüdyo yapımları yerine olabildiğince sanatın evrensel tanımlarına uyan filmleri seçkiye alacağını belirtmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra en iyi filme verilen ödülün adı değişmiş ve Altın Aslan olarak belirlenmiştir. Ancak 1968 öğrenci hareketleri sonrası yıllarda kesintilere uğraşan festival 1979'da tekrar düzenli olarak gerçekleştirilmeye devam etmiştir. 2004'te Dijital Sinema Bölümü ile dikkatleri üzerine çeken festival 2011 yılından itibaren nitelikli ABD yapımlarını bünyesine katmakla kalmayıp onları ödüllendirmiştir, 2017 yılından itibaren Sanal Gerçeklik (VR) filmleri adında bir bölüm ile çağa ayak uydurmuş, 2018'de ise öncelikli olarak dijital platformda yayınlanmak üzere olan bir filme en iyi film ödülünü vererek bir ilki gerçekleştirmiştir (<https://www.britannica.com/art/film-festival>). Venedik Film Festivali çıkışı itibariyle faşizm ideolojisinin bir uzantısı gibi görülse de ilerleyen yıllar içerisinde sadece Avrupalı ulusların rekabet ettiği bir platform olmakla kalmamış, liberal dünyanın renklerini yansıtmaya çalışan önemli bir arena olmuştur. Bunu gerçekleştirirken, hem çağın gelişmelerine ayak uydurmuş hem de ABD'nin sinema konusundaki hegemonyasını kabul eden bir pozisyona evrilmiştir. (Hing-Yuk Wong, 2011, s. 39-40)

## Berlin Film Festivali



**Resim 3. Berlin Film Festivali 1960 Afişi**

İkinci Dünya Savaşı'nın ertesinde uzun yıllara varan Soğuk Savaş dönemi baş göstermiştir. Savaşta aynı blokta yer alan ABD ve Sovyetler Birliği dünyanın karşıt iki büyük gücü olarak konumlanmışlardır. Bu yıllar içerisinde Almanya da iki parçadan oluşmaktadır. Çift kutuplu dünyanın bir tezahürü olarak Almanya'yı ikiye ayıran Berlin Duvarı 1961'de inşa edilir. Duvarın batısı ABD'nin Doğusu ise Sovyetler Birliği'nin güdümündedir (De Valck, 2007).

İkinci Dünya Savaşı sonrası Batı Berlin'de görev yapan Oscar Martay, Berlin'de görev yapan bir ABD ordusu subayı olarak 1950 yılında Almanya film endüstrisi üyelerini içeren bir komite kurarak 1951 yılında başlayacak festivalin temellerini atmıştır. Tıpkı İtalya'nın kentleri gibi Berlin de savaş sonrası toparlanmaya çalışan bir görüntü vermektedir. Aynı zamanda ülke film üretimi açısından da bir kriz içerisinde ve bu duruma bir çözüm aramaktadır. (De Valck, 2007: 49) Festivalin ilk yıllarında Martay, ABD'nin askeri yönetimini festivale sermaye desteğinde bulması için teşvik etmiştir. Bu noktada Batı Almanya merkezli bir sinema etkinliği olan Berlin Film Festivali'nin çift kutuplu dünyanın bir tezahürü olarak ABD'den uzak bir noktada konumlan(a)madığı düşünülebilir ([www.german-way.com](http://www.german-way.com)). Festivalin ilk yıllarından itibaren bölünmüş Almanya'nın Batılı bir temsilcisi olarak hareket etmiş, Doğu Bloku ülkelerinden önce ABD'li ve İngiliz komite üleriyle yakın ilişkiyi tercih etmiştir. Düşük fiyatlar ve çok sayıda afiş ile Doğu Berlinlilerin ilgisini Batı tarafına çekmek de amaçlanmıştır. Doğu Almanya meclisinin 1961 yılında Berlin

duvarını inşa etme kararını almasında Berlin Film Festivali'nin de katkısının olduğu ileri sürülebilir (De Valck, 2007). 1974 yılında Alman Şansölyesi Willy Brandt, Sovyetler Birliği'nden gelen filmlerin de festivale alınabileceğini belirtmiştir. Bu yaklaşım tartışmalara neden olmuş, Doğu Almanlara yönelik yeni bir strateji olarak yorumlanmıştır. Diğer yandan uzun yıllar festivalin yöneticiliğini üstlenen Alfred Bauer (Sanatsal Katkı Ödülü adında bir ödül de vardır) festival fikri önerisini ilk dile getirenlerden biri olarak bilinmekte, Batı ile yakın ilişkiler içinde ve antikomünist olarak bilinmektedir (haber.sol.org). Yine Berlin Film Festivali ilk yıllarından itibaren mümkün olduğunda halk ile iç içe olan bir festival olmaya çabalamıştır. Halkın festivale ve filmlere ulaşımının kolay olması konusunda yoğun bir çaba içerisinde olunmuştur. Festivalin bu yönü özenle korunarak bugüne gelmiştir. O yüzden ki 1956 yılına kadar festivalin ödülü bir halk ödülü olmuştur. Ayrıca bir jüri ödül vermemiş ödülü halk vermiştir ([www.deutschland.de](http://www.deutschland.de)).

Berlin Film Festivali, mevcut jeopolitiğin bir çıktısı olarak uzun yıllar sınır kavramıyla birlikte anılmaktan kaçamamıştır. Başta Alman sineması olmak üzere ulus sinemalarını teşvik eden yapısı, kentin merkezinde bir ideolojik sınırın olması dolayısıyla her daim Doğu'yu düşünerek ve kendisini adı geçen Doğu'dan ayırıştırarak var olmasına neden olmuştur. Venedik Film Festivali ve Cannes Film Festivali öncelikli olarak turistik bir cazibe merkezi olarak var olurken, Berlin Film Festivali'nde benzer bir cazibe sınır olgusu üzerinden tarif edilebilir.

### Cannes Film Festivali



Resim 3. Cannes Film Festivali 1946 Afişi

İlk olarak 1946 senesinde gerçekleşen Cannes Film Festivali'ne savaş sonrası ortamın koşulları da göz önüne alındığında 21 ülkenin katılması şaşırtıcı gelmişti. 21 ülkenin katılması önemli bir olarak eşiğin aşılması olarak görülmektedir. O günlerde sinema salonlarında dahi bu kadar çok filmin gösterilme olanağı yoktur. Cannes Film Festivali sadece bu kadar filmi göstermekle kalmamakta çok sayıda ülkeye ev sahipliği yapmaktadır. Özellikle 1930'larla beraber sesin sinemaya girmesi derinleşen bir dil krizi yaratmıştır, İngilizce'nin dışında farklı dillerin de konuşulduğu Avrupa bu duruma filmlere altyazı eklenmesini düşünerek bir çözüm yaratmıştır. Aynı zamanda filmlerin altyazı vasıtasıyla farklı coğrafyalara ulaşabilmesi Avrupa'nın ulusal kimlikler açısından çeşitliliğini vurgulaması adına da bir imkan sağlamıştır. Venedik, Cannes ve Berlin kentlerine başka kentlerin de (Locarno, Karlovy Vary, San Sabastian, Moskova gibi) eklenmesiyle giderek genişleyen film festivali olgusu sinema dünyasında yerleşik bir kültüre dönüşürken Cannes Film Festivali diğer iki büyük etkinlik olan Venedik Film Festivali ve Berlin Film Festivali'nin arasından sıyrılıp dünyanın en prestijli film festivaline dönüşmüştür. Festival için sinemanın olimpiyatları ifadesini kullanmak mümkündür (De Vack, 2007; Stringer, 2001: 140).

1976 yılında Cannes Film Festivali'nin niye en büyük film festivali olduğu çeşitli veriler üzerinden açıklamıştır. 1976 yılında festivale yaklaşık 40.000 ziyaretçi, 1700 basın mensubu ve toplam 500 film (Yarışma Bölümü'ne 20) katılmıştır. Bu verilere dayanarak festivalin dünya üzerinde olimpiyatlardan sonraki en büyük etkinlik olduğu ilan edilmiştir (Harbord, 2002, s. 65). Cannes Film Festivali'ni dünya üzerinde en yoğun katılımın gerçekleştiği film festivali olmanın ötesinde olimpiyatlarla ve futbol basının yoğun ilgi gösterdiği Dünya Kupası'yla kıyaslamak yaygın bir düşüncedir. Öyle ki festivalin olimpiyatlardan sonra en çok basın mensubunun takip ettiği ikinci etkinlik olmanın yanı sıra, Dünya Kupası, Olimpiyat ve Fransız Bisiklet turundan sonra hakkında en çok görüş bildirilen dünyanın dördüncü etkinliği olduğu iddia edilmektedir ([www.salom.com.tr](http://www.salom.com.tr)).

Cannes Film Festivali ABD'ye bir alternatif yaratmakla kalmamış, aynı zamanda ABD'nin geliştirdiği teknikleri başarılı bir biçimde uygulamıştır. Cannes Film Festivali ABD'nin başını çektiği şov dünyasının tekniklerini kullanmaktadır. Kırmızı halı geçidinin ön safta olması, çoğunlukla yapay olarak yaratılan skandallar ve magazin basının yoğun ilgi göstermesi de bu stratejinin bir parçasıdır. Dikkat çekici nokta o güne kadar sinemayı tekeline alan Hollywood'un ABD merkezli olmasının yanı sıra film festivali olgusunun ve değiştiğimiz üç büyük festivalin de öncelikli olarak Avrupa kentlerinde ortaya çıkmış olmasıdır. Bu kentlerin başında da Cannes kenti gelir. Böylece film endüstrisinin temsilcileri film festivalleri sayesinde belirli dönemlerde ABD

dışında Avrupa kentlerine de yoğun olarak seyahat etmeye başlamışlardır. Cannes'a Hollywood zenginin Fransız metresi denildiği, Paris'te başka pek çok etkinlik olduğu için onların gölgesinde kalma riski bertaraf etmek adına özellikle havaların ısındığı Mayıs gibi bir dönemde deniz turizminin etkisiyle daha cazip bir noktaya geldiği iddia edilmiştir (De Valck, 2007).

Festival 1959'a kadar geniş kitlelere hitap edecek Hollywood yapımlarını fazla tercih etmemektedir. 1959 yılından sonra geniş kitlelere hitap edecek filmler de festivalde daha çok yer bulmaya başlamıştır. Ayrıca festival market bölümü adında tamamen ticari saiklerle meydana getirilmiş çok çeşitli filmleri de bünyesine almıştır (Hing Yuk-Wong, 2011, s. 137).

### **Sonuç**

ABD'nin tek bir ülke olarak dünya sineması üzerinde yarattığı hegemonyaya karşı ortaya çıkıp büyüyen üç büyük film festivali olan Venedik Film Festivali, Berlin Film Festivali ve Cannes Film Festivali, Dünya Savaşları'nın ertesinde her anlamda yıkılan Avrupa'yı yeniden ayağa kaldırmak amacıyla ortaya çıkmıştır. Üç festivale daha sonra eklenen başka festivaller olmuş yıllar içerisinde dünyanın pek çok farklı bölgesinde film festivalleri icra edilmiş ve edilmektedir. Ancak film festivali denildiğinde Avrupa'nın üç büyük film festivali, film festivali kültürünün de çıkış noktasını temsil etmektedir. Festivaller Avrupa'nın ulus kimliğini vurgular ve ulusçu bir hat izlerler. Sanatın evrensel karakteristiğinin başında gelen biriciklik ilkesi film festivalleri adına ABD'nin sinemadaki hegemonyasına karşı bir cephe oluştururken, Avrupa'nın sanat tarihi birikiminden de beslenmektedir. Filmlerin izlendiği kısa durakları temsil eden film festivalleri, ünlü bir ressamın tablosunun görüldüğü bir müze ya da önemli bir mimari yapının yerinde görülmesine benzer bir anlayışa yaslanmıştır. Bununla beraber her büyük festival ABD'nin sinema dünyasındaki hegemonyasına karşı sergiledikleri duruşa karşın bir takım belirgin karakteristikler göstermişlerdir. Bu karakteristiklerin dikkat çekici noktası film festivalleri her ne kadar ABD'ye karşıt görünse de benzer bir dünya tahayyülünün içinden çıkmış ve ABD ile bir biçimde ilişki içerisinde ama ona alternatif yaratmaya çalışmıştır. Venedik Film Festivali'ni ABD ile ortaklaştıran ilk nokta anti-komünist bir dünya tahayyülüne sahip olmasıdır. İlerleyen yıllar içerisinde festivalin çok sayıda ABD yapımına ev sahipliği yapması ayrıca Oscar Ödülleri'nde adı geçen birçok filmin Venedik Film Festivali'nde yarışmış olması dikkat çekicidir. Yine Berlin Film Festivali de anti-komünist bir dünya tahayyülünden beslenir. Almanya'nın ve Berlin'in kapitalist ve sosyalist olarak ikiye bölünmüş olması da bu tahayyülü besleyen en önemli bir unsurdur. Festivaller içinde en fazla filmin başvurduğu Cannes Film Festivali ise diğerleri kadar net bir anti-komünist tahayyülden hareket etmese de

ABD'yi dünya sinemasında büyüten stratejilerden yararlanarak büyümüştür, sadece stratejileri uygulamakla kalmamış, ABD yapımlarına ve geniş bir ticari film pazarına ev sahipliği yapmıştır. En nihayetinde film festivalleri ABD'ye alternatif yaratan bir film gösterim ve dağıtım ağı oluşturmuş olsa da, ABD'nin tam olarak karşısında yer alamamıştır çünkü film festivalleri çıkış noktası olduğunu iddia ettiği Avrupa kültürünün birer taşıyıcısıdır ancak çıkışı itibariyle ve uzun yıllar boyunca Avrupa kültürü bir Batı Avrupa kültürünü ifade etmektedir. Batı Avrupa kültürüne ait olan herhangi bir fenomenin ise tarihsel olarak ABD'nin başını çektiği kapitalist dünya düzeninin tamamen dışına çıkması mümkün olmamıştır.

## Kaynakça

- Abisel N. (1995). *Popüler Sinema ve Türler*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Benjamin, W. (1993). *Pasajlar*. İstanbul: Yapı Kredi
- Bergfelder, T. (2005). National, transnational or supranational cinema? *Rethinking European Film Studies. Media, Culture and Society*. 7/3: 325-331
- De Valck, M. (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*, Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Elsaesser, T. (2005). *European Cinema: Face to Face with Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam University Press. 2005.
- Farago, F. (2006). *Sanat*, Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- <https://haber.sol.org.tr/kultur-sanat/bir-baska-acidan-uluslararası-berlin-film-festivali-256310> Erişim Tarihi: 15.03.2025
- <https://imagesofvenice.com/the-venice-film-festival/> Erişim Tarihi: 15.03.2025
- <https://www.britannica.com/art/film-festival> Erişim Tarihi 18.03.2025
- <https://www.german-way.com/history-and-culture/germany/cinema-in-germany/the-berlinale/> Erişim Tarihi:17.03.2025
- <https://www.deutschland.de/tr/topic/kultur/berlinal-film-festivali-2025-15-heyecan-verici-gercek> Erişim Tarihi: 14.03.2025
- <https://www.salom.com.tr/> Erişim Tarihi: 24.02.2025
- Harbord, J. (2002). *Film Cultures*, New York: Sage Publications Ltd.
- Hing-Yuk Wong. (2011). *Film Festivals, Culture, People and Power on the Global Screen*, New Jersey: Rutgers University Press.
- Kakıncı, T. (1993). *100 Filmde Başlangıcından Günümüze Gangster Filmleri*. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Smith, N. G. (1997). *Dünya Sinema Tarihi*. İstanbul: Kabalcı Yayınları. Stringer, J. (2001). *Global Cities and International Film Festival Economy*, UK: Blackwell Publishers.
- Tunalı, İ. (2008), *Estetik, İstanbul*: Remzi Kitabevi.

# Bölüm 5

## Uluslararası Öğrencilerin Uyum Sürecindeki Etkenler ve Sosyo-Kültürel İlişkileri: Dokuz Eylül Üniversitesi Örneği

Ahmet Can DEMİR<sup>1</sup> Gazanfer KAYA<sup>2</sup>

### Giriş

Bireylerin, doğup büyüdüğü yerleşim yerlerinden ve daha genel anlamıyla ülkelerinden göç etme kararı almaları, önemli bir dönüm noktasıdır. Nitekim bir dönem noktası olan göç olayı, zorunlu koşullardan kaynaklı olarak gerçekleşmişse, travmatik bir hale dönüşebilmektedir. Zorunlu göç bu çalışmanın konusu olmamakla birlikte, ister zorunlu isterse isteğe bağlı gerçekleşsin, göç sonrasındaki uyum süreci en çok tartışılan konulardandır. Bu kitap bölümünde odaklanılan uluslararası göçmenler, gönüllü bir eğitim göçünün öznelere olup, yerleştikleri ve eğitim gördükleri ülkelerde birçok uyum sorunuyla karşı karşıya kalabilmektedirler. Türkiye, uluslararası göç hareketliliğinin öne çıktığı bir konuma sahip olup, günümüzde yüz binlerce uluslararası öğrenciye ev sahipliği yapmaktadır. Uluslararası öğrencilerin göç sonrasındaki uyum sürecinin temel etkenlerinin neler olduğu, yine öğrencilerin bir uyum stratejisi olarak ele alınabilecek sosyo-kültürel ilişkilerinin nasıl şekillendiği bu bölümde araştırılmıştır. Bu bağlamda İzmir'in köklü bir eğitim kurumu olan Dokuz Eylül Üniversitesi'nde eğitim gören Orta Asya Cumhuriyetleri'nden gelen öğrenciler üzerinden saha araştırması gerçekleştirilmiştir.

Uluslararası göç genelde hedef ülkedeki yerli insanlardan kaçınılmaz olarak farklı olan bireylerin hedef ülkeye varmalarını ve yerleşmelerini ifade etmektedir (Bartram vd., 2019). Göç olayı, bir toplumdan diğer topluma doğru gerçekleştiğinden, göçmenler yeni hayata uyum sağlama sürecini deneyimlerler.

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ahmet.c.demir@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6060-2367.

<sup>2</sup> Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü, gazanfer.kaya@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8236-4419.

Saggar’a göre sosyal uyum, göçmenler/mülteciler/sığınmacılar ve onların gelmiş oldukları ülkedeki yerel vatandaşlar arasındaki etkileşimin bir sonucudur (Akt. Yüksel, 2023). Bu bağlamda Şeker ve Uçan’ın belirttiği üzere göç ettikleri yerde dil, sosyal ve kültürel çevreye ve yeni statüye uyum sağlama, sosyal destek ağını ve kişilerarası ilişkileri yeniden düzenleme gibi farklı sorunlarla başa çıkmaya çalışırlar (Şeker ve Uçan, 2016). Nitekim bazı ülkelerdeki sosyal uyum çabaları, büyük çapta gerçekleşen göçlerin getirdiği belirgin farkları azaltma girişimleridir (Bartram vd., 2019). Toplumsal uyum tek taraflı bir ilişki dinamiği olmayıp, yerleşik toplumun göçmenlere karşı yaklaşımı da uyum sürecinde son derece kritiktir. Göçmen, içine girdiği toplum için “bir öteki” olarak görülmekle birlikte, uluslararası göçmen “çoklu öteki” olmayı deneyimler. Bir diğer ifadeyle uluslararası göçmenler, hem yerli grup hem de yerli grup içine göç etmiş ülke insanlarının yaklaşımında “ötekilik” gerçekliğiyle karşı karşıya kalır. Erdoğan’ın Suriyeli göçüne ilişkin gerçekleştirdiği alan araştırmalarında (Erdoğan, 2018a; Erdoğan, 2018b) ve uluslararası göçmenler ile ilgili diğer çalışmalarda (Kâhya Nizam, 2019; Coşkun, 2022; Şimşek, 2024; Yılmaz 2022; Bulut vd., 2020) bu gerçeklik somutlaşır. Dolayısıyla uluslararası göçmenler, değişik düzeylerde uyum sorunlarını ve dışlanma pratiklerini deneyimlerler (Snoubar, 2017: 39; Baş, 2021).

Uluslararası göçmen kategorisinde yer alan ve eğitim için ülkesini terk eden uluslararası göçmenlerin sayılarında ciddi artış yaşanmıştır. 1970’li yıllarda eğitim faaliyetleri nedeniyle göç eden 800 bin civarıyken, bu sayı 2021 yılında 7,5 milyona ulaşmıştır. Böylece 50 yıllık dönemde öğrenci göçü yaklaşık 10 kat artmış olup, OECD raporlarında bu sayının 10 yıl içinde 20 milyonu aşacağı tahmin edilmektedir. Dünyadaki ülkeler arasındaki etkileşimin arttığı bir düzlemde, ülkeler arası öğrenci hareketliliğinin de öne çıkmış olması, öğrencilerin göç sonrası yaşadıkları uyum sorunlarının ve bu çerçevede sosyo-kültürel ilişkilerinin anlaşılmasını daha da önemli kılmıştır (Güven ve Akar, 2022: 32; Bolat, 2017: 14; Karymbaeva, 2018). Ayrıca uluslararası öğrenciler cinsiyet temelinde incelendiğinde; erkek öğrenciler sürekli olarak kadın öğrencilerden daha fazla sayıda olduğuna işaret edilmektedir. Bu fark son 20 yılda daralmış olsa da uluslararası kadın öğrenci sayısı hala erkek öğrencilerden daha düşük kalmaktadır. (McAuliffe ve Oucho, 2024).

Bir asrı aşan Türkiye Cumhuriyet’i farklı göç türleri ve süreçlerini çokça deneyimlemiş bir ülkedir. Özellikle yakın geçmişten günümüze doğru gerçekleşen göç hareketleri içerisinde, uluslararası göçlerin baskın bir özellik gösterdiği açıktır. Her ne kadar uluslararası göç kategorisindeki uluslararası öğrenci göçü nicelik olarak baskın olmamakla birlikte, nitelikli bireylerin yetiştirilmesini hedefleyen Türkiye üniversitelerinin diğer ülkelerden

öğrencilerce tercih edilmesi önemli bir göç göstergedir. Nitekim Türkiye'nin gerek büyük nüfuslu kentlerinde gerekse de orta ve küçük nüfuslu kentlerinde yer alan üniversiteler, ağırlıklı olarak Balkan, Orta Doğu, Afrika ve Orta Asya'nın ülkelerinden eğitimi göçü almaktadır. Bu göç olayın gerçekleşmesinde tarihsel bağların, sosyo-kültürel yakınlıkların, tabii coğrafi yakınlıkların, ayrıca ülkenin Avrupa'ya olan yakınlığının etkileri olduğunu belirtmek gerekir.

Türkiye'de ise kayıtlı uluslararası öğrencilerin sayısı 2000 yılında 18.000'ken 2022'de 310.000 düzeyine yükselmiştir. Bu öğrencilerin %60'ı erkek ve %40'ı ise kadındır. Türkiye'ye gelen uluslararası öğrencilerin ülkelerinin sıralaması ise şu şekildedir: Suriye, (58213), Azerbaycan, (34247), İran, (22632), Türkmenistan, (18250), Irak, (16172), Somali (10043), Mısır (9597), Afganistan (9203) ve Kazakistan (8864) (YÖK, 2022). Öne çıkan ülkeleri gösteren bu sıralama, Türkiye'nin Asya, Ortadoğu ve Afrika ülkeleri açısından bir göç çekim merkezi olduğunun işaretidir. Yine YÖK'ün verilerine göre bu çalışmada ele alınan beş Orta Asya ülkesinden (Kırgızistan, Kazakistan, Özbekistan, Tacikistan ve Türkmenistan) gelen öğrenci sayısı, 2021-2022 yılında 26.272'dir. Bu öğrencilerin 11.809 kadın öğrenci ve 14.463 erkek öğrencidir. 2022-2023 yılında ise toplam Orta Asyalı öğrenci sayısı 34729'a yükselmiştir (YÖK, 2022).

Yöntem ve saha araştırmasının verilerine geçmeden önce, Türkiye'deki uluslararası öğrencilerin uyum süreçlerine ve de sosyo-kültürel ilişkilerine değinmek yerinde olacaktır. Bu bağlamda İstanbul'da öğrenim gören uluslararası öğrenciler üzerine yapılan nitel araştırmada, uluslararası öğrenciler ve Türkiye vatandaşları arasındaki en temel problemin dil olduğu ve iletişim kısıtlılıklarının iki grup arasındaki mesafeyi açtığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra demografik özellikler, etnisite, sosyal ağlar ve öğrenime devam edilen eğitim kurum gibi etkenlerin de göç sonrası yaşama uyum sağlama konusunda belirleyici etkilere sahip olduğu görülmüştür (Yılmaz, 2022).

Kastamonu'daki uluslararası öğrencilerle ilgili yapılan araştırmada ise öğrencilerin karşılaştıkları zorlukların başında dil gelmektedir. Dil probleminden ötürü hem uyum süreci sıkıntılı geçmiş hem de Türk öğrenciler ile arkadaşlık ilişkileri çok fazla geliştirilememiştir. Bu sebepten diğer uluslararası öğrencilerle arkadaşlık ya da birlikte hareket edilmesi eğilimi ortaya çıkmıştır. Türkiye vatandaşları ve uluslararası öğrenciler arasındaki iletişimsizlik ise birtakım önyargılara, ötekileştirilmelere neden olmaktadır (Yazan, 2022). Ayrıca Hacettepe Üniversitesi'nde öğrenim gören uluslararası öğrenciler ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve öğrencilerin yaşamış oldukları dil probleminin Türk öğrenciler ile iletişim kurma ve arkadaşlık etme ve akademik başarı elde etme konusunda kısıtlayıcı bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır. Ahmetbeyoğlu'nun araştırmasında ise Türkiye'de verilen eğitimin müfredat bakımından Orta Asya

ülkelerine göre daha ağır olmasının, bazı öğrencilerin eğitimlerini tamamlayamamasına yol açtığına işaret edilmiştir (Akt. Ergin ve Türk, 2010). Ev sahibi ülke ile kaynak ülkenin eğitim müfredatlarının uyumlu olmamasından kaynaklanan problemler, yakın yıllarda gerçekleştirilen bir araştırma da vurgulanmıştır (Önür vd., 2020).

Eğitim amaçlı göç eden öğrenciler, bir ülkeyi tercih ederken o ülkenin sunduğu eğitimin kalitesi, uluslararası tanınırlığı, eğitim dili, maliyetleri, öğrencilik sürecine dair imkanları, mezuniyet sonrası istihdam olanakları ve vize işlemlerindeki kolaylık gibi unsurları göz önünde bulundurmaktadır. Ayrıca, ülkenin coğrafi yakınlığı, geleneksel bağlar, gidilecek ülkede tanıdıkların bulunması, sağlanan burs olanakları ve ülkenin ya da yükseköğretim kurumlarının düzenlediği tanıtım etkinlikleri de tercih üzerinde etkili diğer önemli faktörlerdir (Snoubar, 2017: 39; Eşiyok ve Bilgehan, 2021: 804; Özoğlu vd., 2012: 89).

### **Yöntem**

Kırgızistan, Kazakistan, Özbekistan, Tacikistan ve Türkmenistan olmak üzere beş Orta Asya ülkesinden gelen 1242 öğrenci Dokuz Eylül Üniversite'sinde eğitim görmektedir. Bu öğrencilerin ülkelere göre dağılımı şu şekildedir: 606 Kazak uyruklu, 487 Türkmen uyruklu, 72 Özbek uyruklu, 52 Kırgız uyruklu ve 24 Tacik uyruklu. Orta Asya'dan gelen öğrencilerin uyum süreçlerine ve sosyo-kültürel ilişkilerine odaklanan bu çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Araştırmada nitel araştırmanın desenlerinden biri olan fenomenolojik desen kullanılmıştır. Fenomenolojik yaklaşımların epistemolojik temelinde, bireylerin deneyimleri anlamlandırma süreçlerinin ve bu deneyimlerin hem öznel hem de kolektif bilinçte nasıl temsil edildiğinin keşfi yatar. Bu süreç, yaşanmış deneyim olarak adlandırılan ve ikinci el aktarımlardan radikal biçimde ayrılan birinci elden deneyimlerin, derinlemesine analizini zorunlu kılar (Willig, 2022).

Araştırmada veri toplama süreci; Dokuz Eylül Üniversitesi bünyesindeki Mimarlık, Mühendislik, İktisadi ve İdari Bilimler, Edebiyat ve Fen fakültelerinde öğrenim gören 24 Orta Asyalı öğrenci ile gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış mülakatlar temel alınarak tasarlanmıştır. Saha görüşmeleri sonrasında deşifre edilen veriler, MAXQDA 2024 programına aktararak kodlama ve analiz sürecine hazır hale getirilmiştir.

### **Bulgular ve Analizi**

Bu çalışmada, İzmir'de öğrenim gören Orta Asyalı öğrencilerin uyum deneyimlerini ve sosyo-kültürel ilişkilerini derinlemesine analiz etmek amacıyla

katılımcılardan elde edilen veriler tematik çerçevede değerlendirilmiştir. Böylece Orta Asyalı öğrencilerin İzmir’deki üniversite eğitimleri sırasında karşılaştıkları uyum sorunlarının etkenleri, yine bu süreçteki sosyo-kültürel ilişkileri katılımcı anlatımları doğrultusunda ele alınmıştır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

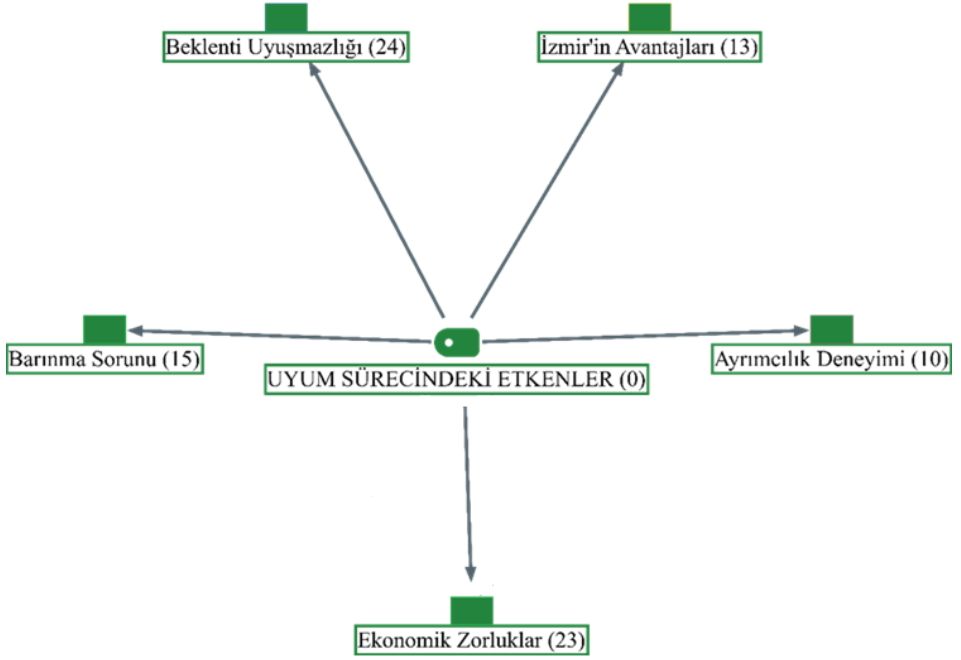
| Katılımcı | Yaş | Cinsiyet | Doğum Yeri   | Bölüm ve Sınıf            |
|-----------|-----|----------|--------------|---------------------------|
| 1         | 19  | K        | Türkmenistan | Rus Dili ve Edebiyatı-1   |
| 2         | 21  | K        | Türkmenistan | Şehir ve Bölge Planlama-1 |
| 3         | 19  | K        | Kazakistan   | Şehir ve Bölge Planlama-1 |
| 4         | 26  | E        | Özbekistan   | Bilgisayar Mühendisliği-3 |
| 5         | 23  | K        | Kazakistan   | Uluslararası İlişkiler-4  |
| 6         | 19  | K        | Kazakistan   | Türk Dili ve Edb-2        |
| 7         | 19  | K        | Kazakistan   | Türk Dili ve Edb-1        |
| 8         | 19  | E        | Kazakistan   | Bilgisayar Bilimleri-1    |
| 9         | 20  | E        | Özbekistan   | İşletme-1                 |
| 10        | 19  | K        | Özbekistan   | Mimarlık-1                |
| 11        | 23  | K        | Türkmenistan | Tarih-2                   |
| 12        | 25  | K        | Türkmenistan | Sınıf Öğretmenliği-4      |
| 13        | 19  | K        | Kırgızistan  | Sosyoloji-1               |
| 14        | 19  | E        | Kırgızistan  | Amerikan Kültürü ve Edb-1 |
| 15        | 21  | K        | Kırgızistan  | Turizm İşletmeciliği-2    |
| 16        | 20  | K        | Kazakistan   | Makine Mühendisliği-2     |
| 17        | 20  | E        | Kırgızistan  | Bilgisayar Mühendisliği-2 |
| 18        | 21  | K        | Kazakistan   | İşletme-2                 |
| 19        | 20  | K        | Kırgızistan  | Şehir ve Bölge Planlama-1 |
| 20        | 20  | E        | Kırgızistan  | Şehir ve Bölge Planlama-1 |
| 21        | 23  | E        | Türkmenistan | Endüstri Mühendisliği-4   |
| 22        | 29  | K        | Kazakistan   | Maliye-2                  |
| 23        | 22  | K        | Kırgızistan  | Sosyoloji-1               |
| 24        | 20  | E        | Tacikistan   | Ekonometri-1              |

Amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiş olan katılımcıların eğitim gördükleri fakültelerde çeşitlilik gözlemlenmiştir. Katılımcıların 16’sı kadın, 8’i erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Yaş aralıkları 19-29 yaş arasında değişmektedir. Ülke dağılımları ise şu şekildedir: Kazakistan (8 öğrenci), Kırgızistan (7 öğrenci), Türkmenistan (5 öğrenci), Özbekistan (3 öğrenci) ve Tacikistan (1 öğrenci).

### Uyum Sürecindeki Etkenler

Çalışma kapsamında “uyum sürecindeki etkenler” olarak kodlanan bu başlık, katılımcıların pozitif ve negatif etkiler sonucunda yaşadıkları eğitim göçü

deneyimlerden oluşmaktadır. Bu tema eğitim göçü yaşayan öğrencilerin yeni bir ülkeye, kültüre ve eğitim sistemine uyum sürecini ifade eder.



**Şekil 1.** Uyum Sürecindeki Etkenler Kod Gösterim Modeli

Uyum sürecindeki etkenler teması; beklenti uyumsuzluğu, İzmir'in avantajları, ayrımcılık deneyimi, ekonomik zorluklar ve barınma sorunu olmak üzere beş farklı kod ile Şekil 1'de görüldüğü gibi tanımlanmıştır. Bu kodlar arasında en yüksek frekansa sahip kodlar sırasıyla; beklenti uyumsuzluğu (24), ekonomik zorluklar (23), barınma sorunu (15), İzmir'in avantajları (13) ve ayrımcılık deneyimi (10) olarak sıralanmıştır.

*“Daha fazla etkinlik ve eğlenceli ortamın var olacağını düşünüyordum. Yine sahne gösterileri, tiyatro, konser daha fazla olur diye beklentim olmuştu (K-6).”*

*“Türkiye’de yaşamak ve eğitim almak aşırı çok ekonomik varlık gerektirir bu varlıkla bence yeteri kadar olmadığı için en büyük hayal kırıklığım odur çünkü bazı arkadaşlarım birlikte bazı yerlere giderken benim ekonomik olarak o durumda olmadığı için onlarla birlikte gidememek deyim o yüzden de bu hayal kırıklığı diyebilirim ve başka herhangi bir hayal kırıklığım olmadı (K-10).”*

*“Daha güzel bir üniversite ortamı hayal ederek gelmiştim. Şimdi kötü mü diye sorarsanız hayır kötü değil, ama daha da güzel ve eğlenceli olabilirdi. Tabi üniversiteleri araştırarak kendim ama daha derin araştırma yapabilirdim. Çünkü eğitim verme sistemi değişik buranın. Görmediğim duymadığım dersler, terimler, kavramlar vb. Zorlamadı değil yani (K-12).”*

*“Yok, hiç beklentim yoktu. Ama ben Türkiye’nin her yeri tek bir beklentim Türkiye’nin her yeri İstanbul gibi olacak diye düşünmüşüm. Öyle değilmiş, her şehir her köy olsun bile birbirinden çok farklıymış (K-15).”*

*“Bizim bölüm %30 İngilizce ama dersler hep Türkçe oluyor, İngilizce dersler de Türkçe oluyor. Ben en azından İngilizce dersler de konuşurum, anlarım diye düşünüyordum ama Türkçe olunca susuyorum. İngilizce olması gereken iki ders var bu dönem ama ikisi de Türkçe (K-16).”*

*“İlk geldiğimizde yabancı öğrencilere yönelik akademik oryantasyon olsa iyi olurdu sadece etrafı gezdirmek değil de detaylı bilgi vermek. Fakültenin binası eski keşke daha modern olsa diye düşünüyordum geldiğimde. Daha estetik olabilirdi. Kampüsteki kırtasiyeler biraz pahalı geliyor biraz ucuz olsa iyi olur diye düşünüyorum (K-20).”*

*“Gelmeden önce eğitim iyi diye düşünüyordum yapabilirim diye düşünüyordum ama geldikten sonra beklediğimden zor olduğunu ve eğitimin düşündüğüm kadar iyi olmadığını gördüm. Daha iyi bir şey bekliyordum ben, genel olarak eğitim konusunda yani (K-21).”*

*“Kadınların çok sigara içmesine şaşırdım. Kapalı kadınların sigara içmesine çok şaşırdım çünkü bizim tarafta öyle bir şey yok (K-22).”*

*“Ben önceden çok ilgilenmediğim için belirli bir düşüncem yoktu, beklentim de yoktu. İyi olacak diye düşünüyordum sadece ve iyi oldu. Bu kadar çok gezerim diye düşünmüyordum mesela ama burada çok gezdim. Burada çok iyi arkadaşlar buldum, onlarla gelecekte de arkadaş olurum diye düşünüyorum. Hayal kırıklığı gibi bir şey olmadı. (K-23).”*

*“İlk geldiğimde İstanbul’dan farklıydı burası çok sıcaktı havası. Bir de şehri öğrenmem zaman aldı, şimdi İstanbul’a göre daha kolay geliyor. Bir de ilk geldiğimde giyim tarzı farklı geldi Tacikistan’a göre (bunun da nedeni Tacikistan’da herkesin geleneksel kıyafetler giymesi). Kızların sigara içmesi farklı geldi. İlk kez burada gördüm (K-24).”*

*“Gelmeden önce dizilerde görmüştüm daha modern diye düşünüyordum ama o kadar değildi. Ben daha modern diye bekliyordum. Dersleri kolay diye düşünüyordum ama zor olduğunu gördüm (K-24).”*

Eğitim göçü yaşayan öğrencilerin Türkiye’ye geldiklerinde oluşturdukları beklentilerle karşılaştıkları gerçeklik arasında belirgin bir uyumsuzluk yaşadıklarını görülmektedir. Hem eğitim ortamına dair hem de sosyokültürel beklentiler de sıkça uyumsuzluk saptanmıştır. Orta Asyalı öğrenciler birçok defa

bulundukları yeri kendi ülkeleri ile kıyaslamaya tabi tutmuşlardır. Katılımcılardan bazıları üniversite ortamının daha eğlenceli ve interaktif olmasını beklediğini, ancak derslerin ve sistemin farklılığı nedeniyle zorlandığını ifade etmiştir. Birçok katılımcı, eğitim sistemi, sosyal çevre ve yaşam koşullarıyla ilgili daha olumlu bir tablo hayal ettiğini, ancak bu beklentilerin tam olarak karşılanmadığını deneyimlemiştir.

Ekonomik zorluklar, öğrencilerin yaşam standartları ve sosyal aktiviteler üzerinde doğrudan etkili olan diğer önemli bir etken olarak ortaya çıkmıştır. Yüksek kira fiyatları, artan yaşam maliyetleri ve çalışma imkânlarının sınırlı olması, öğrencilerin hem günlük yaşamlarını hem de sosyal çevrelerini kısıtlamakta; bu durum, ekonomik güçlükler nedeniyle arkadaş gruplarıyla birlikte gerçekleştirilebilen etkinliklere katılamama gibi hayal kırıklıklarına yol açmaktadır. Barınma sorunu ise, yabancı bir şehirde tanıdık çevreye sahip olmamanın getirdiği zorluklarla birleşerek, uygun konut bulma sürecinde yaşanan sıkıntılarla kendini göstermiştir. Yurt ve ev bulma konusunda yaşanan sıkıntılar, geçici çözümler ve dolandırıcılık gibi olumsuz deneyimler, öğrencilerin adaptasyon sürecini daha da karmaşık hale getirmiştir.

*“Part time, arada garsonluk yapıyorum (K-6).”*

*“Buca’da kafede 2 ay part time çalıştım (K-8).”*

*“Çalıştım ve çalışıyorum yukarıda belirttiğim gibi organizasyon şirketlerinde günlük işlere gitmekteyim garsonluk, temizlikçilik, kat görevlisi otellerde bu işleri yapmaktayım (K-10)*

*“Türkiye’ye geldiğimden beri hiç memleketime dönmedim bu sene dönmeyi planlıyorum çünkü annemi çok özledim ailemi çok özledim. Ama dönmek ayrı bir problem çünkü biletler uçak biletleri fahiş fiyatla satılmaktadır tek yön sadece 7.000 TL (K-10)”*

*“Türkiye’de yaşamak ve eğitim almak aşırı çok ekonomik varlık gerektirir bu varlıkla bence yeteri kadar olmadığı için en büyük hayal kırıklığım odur çünkü bazı arkadaşlarım birlikte bazı yerlere giderken benim ekonomik olarak o durumda olmadığım için onlarla birlikte gidememek deyim o yüzden de bu hayal kırıklığı diyebilirim ve başka herhangi bir hayal kırıklığım olmadı (K-10).”*

*“Üniversitede herhangi bir beklentim yoktur yemek ücretleri biraz pahalı evet seneye daha da pahalı olacak ama bu ekonomik sıkıntılardan dolayı olduğunu düşünüyorum sadece tek isteğim mezun olabilmek (K-10).”*

*“Ekonomik olarak da kiranın artışı aniden zorladı diyebilirim (K-12).”*

*“Aslında birkaç kez gidebilirdim öğrenciliğim süresi boyunca ama araya pandemi girdi, enflasyon artış gösterdi haliyle gidiş geliş bilet*

*fiyatları da fazlaca artmış oldu. O yüzden de sadece bir kere gitme imkanı yaratabildim kendime (K-12).”*

*“İstanbul’dayken pandemi varken okul onlinedı o zaman tekstilde çalıştım bir iki ay, hafta sonları gidiyordum. AVM’de kebabçıda garson olarak çalıştım. Sonra İzmir’e geldim. İzmir’de de ilk önce hafta sonları balıkçıda çalıştım, bu işi de o Whatsapp grubundan buldum. Balık geliyordu biz onları koli koli taşıyorduk. Sonra da 2022’de burada bir arkadaşım kuryelik yapıyordu bana sende gel dedi. Ben de kuryeliğe başladım 2022’de hala devam ediyorum. Buca’da benim tanıdığım 5-6 Türkmen motokurye var. (K-21)*

*“Ekonomik olarak ilk geldiğimde çok güzeldi. Şuan her şey pahalı, 2020’den sonra ekonomi kötü olunca her şeyde pahalılık oldu. O biraz etkiledi ama büyük sorun olmadı. İlk geldiğimde yazın Alaçatı’da kahvaltı salonunda çalıştım. Sonra eğitim danışmanlığına başladım neredeyse 5 senedir devam ediyorum. Kazakistan’dan gelmek isteyen öğrencilere danışmanlık yapıyorum (K-22).”*

*“Ekonominin kötü olması her şeyin pahalı olması sorun olabiliyor. Herkes bize söylüyor Türkiye’ye kötü zamanda geldiniz, şimdi ekonomik olarak sorunlar var diyorlar (K-23).”*

Ekonomik zorluklar, uyum sürecinde katılımcıların en çok dile getirdiği ikinci büyük etkidir. Türkiye’deki yaşam maliyetleri, özellikle son yıllarda artan enflasyon ve döviz kuru dalgalanmaları, barınma sorunu gibi etkenler öğrencilerin günlük hayatını ve sosyal aktivitelerini kısıtlamıştır. K-10, ekonomik durumunun arkadaşlarıyla gezilere katılmasına engel olduğunu ve uçak biletlerinin pahalılığı nedeniyle ailesini ziyaret edemediğini belirtirken, bu durumun en büyük hayal kırıklığı olduğunu vurgulamıştır. Sosyal ve kültürel unsurlar da beklenti uyumsuzluğuna yol açmıştır. K-11 ve K-12, Türkiye’deki stresli yaşam koşullarını ve adalet sistemine dair esnekliği eleştirirken, kendi ülkelerinin sakinliğini özlemle anmıştır. K-13, dizilerdeki lüks yaşam imajının aksine sade bir gerçeklikle karşılaştığını belirtmiştir. K-24, Tacikistan’daki geleneksel giyim tarzına kıyasla İzmir’deki farklılıkları ve kadınların sigara içmesini yadırgadığını paylaşmıştır. Bu durum, katılımcıların hem akademik hem de toplumsal düzeyde ön yargılarının ve medya etkisinin beklentilerini şekillendirdiğini göstermektedir.

Part-time çalışma, ekonomik zorluklarla başa çıkma stratejisi olarak sıkça başvurulmuş bir yöntemdir. K-6, K-8, K-10, K-17, K-20, K-21 ve K-22 gibi katılımcılar garsonluk, kuryelik, tekstil işçiliği, taşımacılık, eğitim danışmanlığı gibi işlerde çalışarak masraflarını karşılamaya çalıştıklarını paylaşmıştır. K-12, pandemi ve enflasyonun bilet fiyatlarını artırdığını ve memleketine yalnızca bir kez gidebildiğini belirtirken, K-15 yurt fiyatlarındaki artışın ekonomik koşullarla

bağılantılı olduğunu söylemiştir. K-23, Türkiye'ye “kötü zamanda” geldiklerini ve pahalılığın herkesi etkilediğini ifade ederek, bu zorlukların geçici bir durum olarak algılanmadığını göstermiştir. Ekonomik baskı, katılımcıların hem eğitim hem de sosyal hayatlarını sürdürmede ciddi bir engel oluşturmıştır. Bütün bunlara rağmen katılımcıların Türkiye’de eğitim görmeye devam edebilmelerinin en önemli nedeni üniversitelerin fiyatlandırmalarının Avrupa’ya göre oldukça düşük seviyelerde kalmasıdır. Eğitimin maliyetinden çok yaşam maliyeti katılımcıların zorlandıkları nokta olmuştur.

*“Yurtlar pahalıydı öğrenci için (K-9).”*

*“Herkes bilmediği şehre ilk geldiğinde zorluklar yaşar bizde ev bulamamıştık yurt çıkmadı o sırada birilerinin evinde kalmıştık biraz öyle zorluklar yaşamıştık. Ama kısa bir süre sonra hallettik çok şükür. (K-11)”*

*“Ev bulma sürecinde çok zorlandık. Üniversiteye başlayınca o ortama adapte olma sürecim benim açımdan baya zaman aldı diyebilirim. (K-12)”*

*“Yurt bulmada zorlandık, ilk eve çıktık ve fiyatı çok fazla olan eve çıktık. Önce bizi yurda alamadılar. Yer yok olduğunu söylediler. 2 hafta boyunca bekledik bizi kabul etmelerini. Sürekli yer yok olduğunu söylüyorlardı. Biz Lisemizdeki hocamızla temasa geçtik. Sonra onun yardımıyla o yurda geçebildik. (K-13)”*

*“Birde ev konusu. Burada tanıdığım kimse olmadığı için iki gün üç gün internetten arayıp birini bulup onun evinde kaldım. Normalde otelde kalacaktım ama buraya gelip fiyatlar çok uçuştığını gördüm ve evde kalmak zorunda kaldım. Sonra yurttan kalmaya karar verdim çünkü o zaman için benim için en uygun şans mı yol mu diyebilirim, yurttan kalmak oldu, kayıt yaptırıp yurttan kaldım. (K-15)”*

*“Bizi İstanbul’a getiren ajansla sorunlar oldu, ilk başta yurdumuz yoktu hostelde kaldık. Yurdu kendimiz araştırdık sonra yurda geçtik. (K-18)”*

*“İlk geldiğimde biz geç geldik İzmir’e, kiralık ev çok azdı ve ev bulmak zor oldu. Bu arada biz İzmir’e gelmeden önce ‘sahibinden’ ev bulmuştuk. 7500 TL idi depozitosunu göndermiştik çünkü o zaman Antalya’daydık. Pazartesi gidip sözleşme imzalayacaktık sonra dolandırıldık bizim gönderdiğimiz para boşuna gitti. (K-19)”*

*“İzmir’de ilk zorlandığım şey ev bulamadım. Çünkü hiç tanıdık yoktu yalnız başına geldim. Sonra araştırdım. Bulamayınca medresede kaldım. Mersin’de de yine daire bulamadım ilk geldiğimde, misafirhanede kaldım bir ay. Sonrasında da oturma ile ilgili bazı sorunlar oldu. (K-20)”*

*“Ulaşım İstanbul’a göre çok daha kolay, kalabalık değil bunlar iyiydi benim için. İstanbul’a göre baya iyi. Ekonomik olarak değil de Yıldız Mahallesi’nde ev sahibi ile sorun olunca taşınmak için ev aramaya başladık ama baya zorlandık bulmak için Kaynaklar’a kadar gittik, bulabilirsek orada da tutacaktık. (K-21)”*

*“Sahibinden diye site varmış oradan baktık ama bazıları dolandırmaya çalıştı. Yurt sorunu en büyük problemdi ilk geldiğimde. Şuan bir sorunum yok. (K-23)”*

Barınma, uyum sürecinde katılımcıların karşılaştığı önemli bir zorluk olarak öne çıkmaktadır. Yeni bir şehre gelen öğrenciler, özellikle tanıdık ağlarının zayıf olduğu durumlarda, uygun ve ekonomik bir konaklama bulmakta zorlanmıştır. K-9, yurtların pahalı olduğunu belirtirken, K-11 ve K-12 ev bulma sürecinde ilk etapta geçici çözümlerle (başkasının evinde kalmak gibi) idare ettiklerini paylaşmıştır. K-13, yurda kabul edilmek için iki hafta beklediklerini ve ancak bir hocanın yardımıyla sorunu çözebildiklerini ifade etmiştir. K-19, dolandırılma deneyimiyle karşılaşırken, K-20 ve K-23, tanıdık eksikliği nedeniyle medrese veya misafirhanelerde kalmak zorunda kaldıklarını paylaşmıştır.

Barınma sorunu, eğitim göçü sürecinde öğrencilerin en temel adaptasyon zorluklarından biri olarak öne çıkmaktadır. Katılımcı ifadeleri, yurtların yüksek maliyetleri, ev bulma sürecindeki belirsizlikler ve dolandırıcılık gibi olumsuz deneyimlerin, tanıdık çevrenin eksikliğiyle birleşerek konaklama problemlerini daha da derinleştirdiğini göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin yeni şehre ve eğitim sistemine uyum sürecinde ek stres faktörleri oluştururken, barınma ihtiyaçlarının karşılanmasının genel yaşam kalitesi ve akademik başarı açısından kritik önem taşıdığını ortaya koymaktadır.

*“İstanbul çok kalabalık, İzmir ile ilgili iyi videolar izledim. (K-2)”*

*“Daha önce İzmir’e gzmeye gelmişim. Büyük şehir olduğu için, iş olanaklarının iyi olacağını düşündüm. Yani eğitim ve iş için avantajlı geldi. (K-4)”*

*“İklimi güzel geldi. Türkiye burslarında ilk İzmir’i istedim. Kuzenim İzmir’i önerdi, iklimi iyi, öğrenci şehri diye (K-5)”*

*“İzmir ikinci şehrim oldu. (K-7)”*

*“İzmir o kadar sıcak değil ve denizin yanında. İstanbul gibi kalabalık da değil (K-8)”*

*“Burayı seçmemde deniz ve doğa da etkili oldu yani İzmir’i beğendim. (K-9)”*

*“İzmir ve Dokuz Eylül tercih etmemde ilk baştaki sebeplerinden biri dediğim gibi diploma puanıyla beni almaları sonraki sebeplerden biri ise İzmir’in Türkiye Cumhuriyeti’nin Avrupası olarak bilindiği yani İzmir apayrı bir şehir gibi gözüküyordu benim gözlerimde o yüzden İzmir’i tercih ettim (K-10)”*

*“Herhangi bir büyük zorluklarla karşılaştım diyemem sosyal ekonomik kültürel olarak çok daha verimli bir ildir İzmir. Arkadaşlarla canımız sıkıldığında herhangi bir yere gidip oturabilirsiniz kordon bunlardan biridir (K-10)”*

*“Türkiye’de okuyan arkadaşlarımdan destek aldım onlar da bana sağ olsunlar 9 Eylül’e önerdiler İstanbul’da da daha çok güzel üniversiteler önerdiler ama ben İzmir’i seçtim ve İzmir’de çok seviyorum. Türkiye’ye geldikten sonra da düşüncelerim değişmedi hep aynıydı. (K-11)”*

*“Dokuz Eylöl’ün yalnızca iyi üniversite olduğunu biliyordum, ayrıca İzmir de hoşuma gittiği için burayı seçtim. (K-13)”*

*“İstanbul’da kalmak istedim ama İstanbul biraz kalabalık ve pahalı diye düşündüm bu yüzden İzmir’e geldim. (K-17)”*

İzmir’in sunduğu avantajlar, öğrencilerin uyum sürecinde pozitif bir unsur olarak dikkat çekmektedir. İzmir’in daha sakin, deniz kenarında ve ulaşım açısından erişilebilir bir şehir olması, yoğun metropol İstanbul’a kıyasla öğrencilerin yaşam kalitesini artırmış; ayrıca, İzmir’in üniversite hayatına ve sosyal etkinliklere olan yaklaşımı, eğitim ve iş olanakları açısından da beklentileri kısmen karşılamıştır. Bu avantajlar, öğrencilerin zorluklara rağmen bulunduğu ortamı daha olumlu değerlendirmesine katkıda bulunmuştur.

*“Fiziksel görünüşümden ötürü, dışarıda Çin’den mi geldin diyenler oldu (K-1)”*

*“Buradaki sorunlar bence... bazı insanlar var ki yabancıları sevmiyorlar ya da Japon, Çin deyip alay geçiyor bizimle, onlarla da daima değil ama bazen karşılaşıyorum. Ama bazıları bizim kardeşlerimiz diye seviyorlar. Bunun dışında başka bir sorun yaşamadım diye düşünüyorum. (K-14)”*

*“İstanbul’da Ayasofya’ya tarihi yerlere gidince Türkler, Çinli misin, Koreli misin diyorlardı. Ama kötü bir şey değildi ilginçti. (K-17)”*

*“Biraz ırkçılık gibi şeyler oldu. Bir kere garda trene biniyorduk bir abla vardı benim arkadaşımın yerine oturmuştu ona güzel bir şekilde söyledik arkadaşımızın yeri diye. O bize şöyle dedi; hayır siz burada ne yapıyorsunuz, zaten sizden nefret ediyoruz, siz burada bizim yerimizi alıyorsunuz gibi şeyler söyledi. Sadece bir kişi öyle yaptı kalanları bizim tarafımızdaydı (katılımcının sınıfında İranlı öğrenciler olmasına rağmen kendisini tek yabancı öğrenci olarak tanımlıyor bunun da kendisine pasif agresif bakışlarla yansıtıldığını düşünüyor) Sınıfta bir kere şey olmuştu; biz ilk sırada oturuyorduk arkadaşlarımızla sınıf arkadaşımızı geldi iki kız geldi, aynı sıraya oturacaktı sonra ‘ay burada Kazak oturuyor,’ deyip arkaya geçti. İlk başta çoğu kişi yaklaşmıyordu, ben kendim tanışsam konuşuyorlardı. Ben ilk zamanlar bize soğuk önyargılı bakıyorlardı. Çekik gözlü olduğumuz için kötü bakıyorlar diye düşünmüştüm. (sınıftaki Türk öğrencilerle ilgili) Şimdi iyi arkadaşlarım da var burada. (K-18)”*

*“Mesela Antalya’ya Ruslar çok geldi ya, Türkler o yüzden yabancıları sevmemeyi başladı. Bakışlarıyla böyle burada ne yapıyorsunuz der gibilerdi. Bizi görünce ‘koniçiva’ falan diyorlar Çini ya da Koreli falan sanıyorlar. Burada bazen öğrenciler de yapıyorlar. Bu biraz rahatsız edici. (K-19)”*

*“Türkiye’yi seçme nedenlerimden biri de bize karşı burada önyargı ve ırkçılığın olmaması mesela Rusya’da var. (K-21)”*

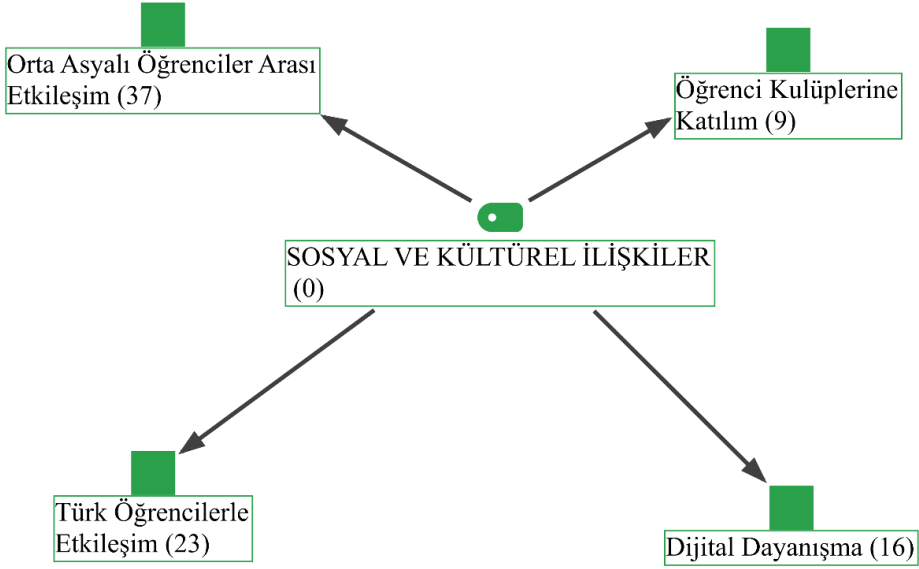
Ayrımcılık, uyum sürecinde daha az sıklıkta olsa da bazı katılımcılar için dikkat çekici bir etkidir. Fiziksel görünüş (özellikle çekik gözlülük), bu deneyimlerin temel nedenlerinden biridir. K-1, “Çin’den mi geldin?” gibi sorularla karşılaştığını belirtirken, K-14 ve K-17, Çinli ya da Koreli sanılararak alay konusu olduklarını paylaşmıştır. K-18, bir tren olayında açıkça ırkçı bir söyleme maruz kaldığını ve sınıfta pasif agresif davranışlarla karşılaştığını ifade ederek, bu durumun ilk etapta sosyal ilişkilerini zorlaştırdığını belirtmiştir. Bu tür deneyimler, öğrencilerin aidiyet duygusunu zayıflatırken, uyum süreçlerinde ek stres faktörleri oluşturmaktadır.

K-19, Antalya’daki Rus turist algısının yabancılara yönelik olumsuz bakışları artırdığını ve “koniçiva” gibi ifadelerle rahatsız edildiğini söylerken, K-21, Türkiye’yi Rusya’ya kıyasla daha az önyargılı bulduğunu paylaşarak pozitif bir karşılaştırma yapmıştır. Ayrımcılık deneyimleri genellikle bireysel ve geçici olsa da bazı katılımcılar için uyum sürecini olumsuz etkileyen bir faktör olmuştur.

Uluslararası öğrencilerin Türkiye’ye eğitim göçü sürecinde karşılaştıkları uyum dinamikleri hem olumlu hem de olumsuz faktörlerin iç içe geçtiği karmaşık bir süreci yansıtmaktadır. Bu süreçte öğrencilerin beklentileri ile gerçeklik arasındaki uyumsuzluk, en belirgin zorluklardan biri olarak öne çıkmaktadır. Birçok katılımcı, Türkiye’yi dizilerde veya sosyal medyada gördükleri “modern” ve “rahat” yaşam algısıyla ilişkilendirerek gelmiş, ancak akademik sistemin beklenenden daha zorlu olması, bazı dersliklerin kalabalıklığı veya sosyal etkinliklerin sınırlılığı gibi faktörlerle karşılaşmıştır. Sonuç olarak, uluslararası öğrencilerin uyum süreci, beklentilerin gerçeklikle sınındığı, ekonomik ve sosyal engellerin aşılmaya çalışıldığı, ancak kültürel çeşitlilik ve coğrafi avantajlarla dengelenen bir deneyimler bütünü olarak şekillenmiştir.

### **Sosyal ve Kültürel İlişkiler**

Uluslararası öğrencilerin eğitim gördükleri ülkelerdeki sosyal ve kültürel uyum süreçleri, yalnızca akademik başarıyla değil, aynı zamanda kurdukları sosyal ve ilişkilerle de şekillenir. Çalışmanın “sosyal ve kültürel ilişkiler” teması, Türkiye’de eğitim gören Orta Asyalı öğrencilerin sosyal ve kültürel ilişkilerini dört alt kodda incelemektedir; dijital dayanışma, Orta Asyalı öğrenciler arası etkileşim, Türk öğrencilerle etkileşim ve öğrenci kulüplerine katılım. Bu kodlar, öğrencilerin hem kendi kültürel gruplarıyla hem de yerel öğrencilerle kurdukları bağları ve bu bağların uyum süreçlerine olan etkilerini ortaya koymaktadır.



Şekil 2. Sosyal ve Kültürel İlişkiler Kod Gösterim Modeli

Araştırmanın ana temalarından biri olan sosyal ve kültürel ilişkiler hiyerarşik kod-alt kod modeli Şekil 2’de görüldüğü gibidir. Bu kodlar arasında en yüksek frekansa sahip kodlar sırasıyla; Orta Asyalı öğrenciler arası etkileşim (37), Türk öğrenciler arası etkileşim (23), dijital dayanışma (16) ve öğrenci kulüplerine katılım (9) olarak sıralanmıştır.

*“İzmir’deki Türkmen Öğrenciler WhatsApp grubu var. Ev, ev arkadaşı arayan, okulla ilgili bir sorunu olan oraya yazıyor (K-2).”*

*“Tabii ki hatta bir Telegram grubumuz var Türkmenistanlı Özbekistanlı Kırgızistanlı hatta o grupta Türkiye’de bulunmayan arkadaşlar da vardır onlarla iletişime geçiyoruz Türkiye’de günümüz nasıl geçtiğini anlatıyoruz birlikte etkinlikler düzenliyoruz birlikte gezmeye gidiyoruz (K-10).”*

*“Burada okuyan Türkmenistanlı öğrencilerin bir WhatsApp grubu var. Oradan iletişimi sağlıyorum bazılarıyla yüz yüze iletişim gerçekleştiriyorum. Sadece okul konusu değil aklıma takılan konularda da danışabiliyorum. Okulda da karşılaşıyoruz sıklıkla ve selamlaşıp sohbet muhabbet yaparız ayaküstü. (K-12).”*

*“Halı sahada maç yapıyoruz bazen orada Ege Üniversitesin’den tanıştığım oluyor. Bir kere bağımsızlık günü kutlaması olmuştu, o zaman bir araya gelerek etkinlik yapmıştık. Kendimiz düzenledik hocalar da yardımcı oldu (K-21).”*

*“Evet, mesela Ege’de ve Katip Çelebi’de arkadaşlarım var. Telegram grubundan tanıştıklarım var. Buradaki etkileşim çok iyi değil Kazaklar arasında, eğer tanışırsak konuşuyoruz (K-22).”*

*“...ben çoğunlukla Kırgızistanlılarla buluşuyorum. Diğerleri buluşuyorlar ama zaman olmayınca ben katılamıyorum. Whatsapp'ta haberleşip toplanıyoruz bayramları birlikte kutluyoruz. İzmir'deki Kırgız öğrencilere yönelik bir etkinlik olmuştu ama ben nadiren katılıyorum. Bazen piknik oluyor bir kez gitmiştim (K-23).”*

*“Taciklerin olduğu Telegram ve WhatsApp'ta gruplarımız var. Orada haberleşip toplanıyoruz bazen yemek yapıyoruz Tacik yemekleri. Halı sahada futbol oynuyoruz. Bir yere gezmeye gidersek yazıyoruz, işiniz yoksa gelin birlikte gezelim diye. Sorun problem olunca o gruplardan soruyoruz (K-24).”*

Dokuz Eylül Üniversitesi'nde eğitim gören Orta Asyalı öğrenciler, kendi aralarında güçlü bir iletişim ağı kurmuşlardır. Bu iletişim, özellikle sosyal medya platformları üzerinden organize edilen gruplar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Dijital dayanışma, Orta Asyalı öğrencilerin özellikle sosyal medya platformları aracılığıyla birbirlerine destek oldukları bir iletişim biçimidir. Bu tür dayanışma, öğrencilerin hem akademik hem de kişisel ihtiyaçlarını karşılamalarını kolaylaştırmaktadır. Dijital dayanışma, özellikle yeni gelen öğrencilerin uyum süreçlerini kolaylaştırmaktadır. Bu tür dijital platformlar, öğrencilerin hızlı bir şekilde bilgi edinmelerini ve birbirlerine destek olmalarını sağlamaktadır. Ayrıca, özel günlerde düzenlenen etkinlikler (örneğin, bağımsızlık günü kutlamaları veya kültürel bayramlar), öğrencilerin bir araya gelerek kendi kültürlerini yaşatmalarını sağlamaktadır.

*“Buluşuyoruz. Kırgızistan öğrenci topluluğu var. Orda görüşüyoruz. Yurtta, üniversitede Orta Asyalı öğrenciler çok var. Her zaman iletişimdeyiz (K-13).”*

*“Burada evet özellikle Kırgız arkadaşlarım çok var burada, onlarla 100/80'ni tanıyorum iletişim kurabiliyorum. Buraya ilk geldiğimde Kırgız arkadaşlarım karşılamıştı beni yani onun arkadaşıyla ben tanışıp arkadaş oldum o arkadaşlar yani zincir gibi gittik yani bir arkadaş tanıyorum onun arkadaşı var ben onunla tanışıyorum çünkü onun dışında ilk geldiğimde tanıdığım kimse yoktu o yüzden ilk geldiğimde Kırgızlarla tanıştım sadece ve onun dışında Kazakistanlı Özbekistanlı Tacikistanlı arkadaşlarımız var yurdumuzda, onlarla da yurttan tanıştım (K-14).”*

*“Bizim (Bornova'da) kültür evi diyen yerimiz var, bazen Kırgız bayramlarında ya da Kazakistan bayramlarında toplanıyoruz, yemeklerimizi hazırlıyoruz orada, oradan tanıştım (K-14).”*

*“Evet. Aralarımız çok iyi. Çoğunlukla Kazakistan, Azerbaycan, Özbekistan çünkü onların da Rusça bildikleri için ortak dilimiz Rusça oluyor da, Rusça anlayanlar sanki bizim ortamızda yani görünmeyen bir*

*bağ var gibi geliyor bana. Sonra onlar daha yakın gibi hissediyorum. Onlarla aram iyi olduğu için dışarıdaki etkinlik falan olursa onlarla beraber gidiyorum. (K-15). ”*

*“Bu Dokuz Eylül çıkışında akşam bedava yemek dağıtılıyor belediye tarafından. Oradaki yemek sırasında beklerken ben bir arkadaşımın Rusça konuşuyordum sonra bir kelimeyi unuttum yanlış söyledim sonra önümdeki bir kız o kelimeyi düzeltti. Bir baktım, Türkmenistanlıymış, Rusça biliyormuş. Sen de Rusça biliyor musun diye öyle konu açıldı, tanıştık onunla. Kendi fakültemde orada bazen görüşüyoruz. Şu anda bizim Orta Asyalı tanıdıklarım sadece Dokuz Eylül’de (K-15). ”*

*“Geçen hafta (Mayıs ayı başı) Kazakistan konsoloslğunun yaptığı etkinliğe gittik, orada İzmir Demokrasi Üniversitesi’nde ve Katip Çelebi’de okuyan kızlar ile tanıştık. Daha önce yoktu tanıdığım (K-16). ”*

*“Dokuz Eylül dışında Ege’de arkadaşlarım var. Benim buradaki arkadaşlarımın arkadaşları olanlar var öyle tanıştıklarımız var. Bazen birlikte oturuyoruz bir yerlerde (K-17). ”*

*“Bizim Kazak konsolosluğu 1 Mayıs’ta bir etkinlik yaptı, film gösterimi vardı. Orada Katip Çelebi Üniversite’deki Kazaklarla tanıştık. Burada Orta Asyalı insanlar birbirini görünce çok konuşmuyorlar, mesela bir yerde toplanırsanız ya da tanışırırsanız konuşuyorsunuz ama dışarda bir Kazak’ı görürsem gidip onunla konuşmam. Aynı grupta olursak ya da tanıştığım biriyle o zaman gidip konuşabilirim (K-18). ”*

Orta Asyalı öğrenciler arasındaki etkileşim hem sosyal medya platformları hem de yüz yüze etkinlikler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu etkileşimler, öğrencilerin kendi kültürel gruplarıyla bağlarını güçlendirmekte ve yalnızlık duygusunu azaltmaktadır. Örneğin, bir katılımcı, üniversite dışındaki Kırgızistan öğrenci topluluğunun bahsederek ve bu topluluk sayesinde diğer Orta Asyalı öğrencilerle sık sık bir araya geldiklerini belirtmiştir. Benzer şekilde, bir başka katılımcı, Kazakistan konsoloslğunun düzenlediği bir etkinlikte İzmir’deki diğer üniversitelerde okuyan Kazak öğrencilerle tanıştığını ifade etmiştir. Ayrıca, öğrenciler arası etkileşimde dil ve kültürel bağların ön plana çıktığı gözlemlenmektedir. Rusça, birçok öğrenci için ortak bir iletişim aracı olarak öne çıkmakta ve bu durum, aynı kültürel geçmişe sahip öğrenciler arasında doğal bir yakınlık oluşturabilmektedir.

*“Türk arkadaşlarım notlar ile ilgili yardım ediyor (K-3). ”*

*“Türk arkadaşlarla aramız iyi, kardeş gibiyiz. Yaklaşımları olumlu (K-4). ”*

*“Hocalarımın yaklaşımları olumlu, sınıf arkadaşlarımın da (K-5) ”*

*“Sınıf arkadaşlarım ve hocalarımın ilgisi ve yaklaşımları iyi (K-6). ”*

*“Ders çalışmak için de arkadaşlarımla kütüphaneye gidiyoruz sınıf arkadaşlarımla ve sınavlara beraber hazırlanıyoruz anlamadığım yerlerde onlardan destek olmalarını rica ediyorum sağ olsunlar çok yardımcı oluyorlar. Türk sınıf arkadaşlarımla aram çok iyi sınavlara beraber hazırlanıyoruz anlamadığım yerleri soruyorum anlatıyorlar (K-11).”*

*“Sınıf arkadaşlarım çok kibarlar, çok ilgili, onlarla bir sıkıntı yaşamadım, bir tane arkadaşım var, onunla ilk geldiğimde tanıştım hala arkadaşız yani yakın arkadaş diyebilirim, birlikte gezinti yapabiliriz. O bana İzmir’in özelliklerin anlatır, gidecek güzel yerleri söyler yani İzmirli olarak, çünkü o İzmir’de doğmuş büyümüş o yüzden buraya alışmam için, daha iyi yakından tanımam için o arkadaşım yardım etti diyebilirim, sınıf arkadaş olarak. Diğer sınıf arkadaşlarım da var, onlarla da sık sık mesajlaşıyoruz, birlikte yemekhaneye gidiyoruz hatta benim son tiyatro oyunlarım o arkadaşlarım da geldi yani sınıf arkadaşlarımla iletişimimiz güzel. Beraber çok geziyoruz, o arkadaşım beni çok güzel yerlere götürdü beni çünkü ben bilmiyorum nasıl gidiliyor mesela nerelere (K-14).”*

*“Sınıf arkadaşlarım, 4-5 Türk kızlarla aramız iyi bazen oluyor hala da var, bir Türkçe kelimeyi unutuyorum sonra bulamayınca onlar devamını getiriyor. Sonra hep bana senin Türkçen güzel deyip hep öyle söylüyorlar. Davranışları iyi. Yardım ediyorlar. Sınavlarda hep onlarla beraber çalışıyorum. Daha iyi anlaşılıyor. Hocamız söyleyip anlamadığım konuları o sınıf arkadaşlarım anlatıyor (K-15).”*

*“Türk arkadaşlar yardım ediyorlar, hocalar da bana soruyor anladın mı diye. Bir sorun olmadı şimdiye kadar, herkesin yaklaşımı iyi. Negatif bir şey olmadı (K-23).”*

Türk öğrencilerle kurulan bu olumlu ilişkiler, uluslararası öğrencilerin akademik başarılarını da desteklemektedir. Örneğin, bir katılımcı, sınıf arkadaşlarıyla birlikte kütüphaneye giderek ders çalıştıklarını ve sınavlara beraber hazırlandıklarını belirtmiştir. Ayrıca, anlamadıkları konularda Türk arkadaşlarından destek aldıklarını ve bu sayede derslerde daha başarılı olduklarını ifade etmiştir. Bu tür etkileşimler, uluslararası öğrencilerin akademik adaptasyon sürecini kolaylaştırmaktadır.

Türk öğrencilerle kurulan bu olumlu ilişkiler, uluslararası öğrencilerin sosyal çevrelerini genişletmelerini de sağlamaktadır. Katılımcılardan biri de Türk arkadaşlarının kendisini İzmir’in tarihi ve turistik yerlerine götürdüğünü ve bu sayede şehri daha iyi tanıdığını belirtmiştir. Bu tür etkileşimler, uluslararası öğrencilerin yerel kültürü daha yakından tanımalarını ve sosyal bağlarını güçlendirmelerini sağlamaktadır. Bu tür etkinlikler, uluslararası öğrencilerin Türk kültürünü daha yakından tanımalarını sağlamakta ve sosyal bağlarını güçlendirmektedir. Bununla birlikte, bazı katılımcılar, ilk başlarda Türk

öğrencilerle iletişim kurmakta zorlandıklarını belirtmiştir. Ancak zamanla bu durumun değiştiğini ve Türk öğrencilerle yakın arkadaşlıklar kurduğunu belirtmiştir. Bu durum, uluslararası öğrencilerin zamanla sosyal çevrelerine belli düzeylerde uyum sağladıklarını göstermektedir.

*“Tiyatro topluluğuna gittim, tiyatro topluluğuna ilk geldiğimde benim psikolojik olarak burada hayatımı devam etmeme yardımcı oldu diyebilirim çünkü burada ailemden ilk kez uzaktayım ve bazen psikolojik problemler yaşayabilirim mesela yalnızlık, okul dışında o tiyatro topluluğu bana psikolojik olarak çok faydalıydı, onun dışında Türkçem daha gelişti diyebilirim, güzel şeyleri öğrenebildim mesela kendimi geliştirmem için yani insanlarla konuşabilme rahat rahat konuşabilme utanmadan sıkılmadan. Türkçemi geliştirmek için, arkadaş edinmek için o tiyatro topluluğu güzel imkânları sunabildi diyebilirim Şimdi eğitimimiz bitti sadece oyunları çıkarıyoruz, ama eğitim sürecinde haftada üç kere gidiyorduk, iki üç saat orada oluyorduk. Oyunları çıkıyorduk eğlenceli ve güzel vakit geçiriyorduk (K-14).”*

*“Geçen sene üç topluluğu katılmışım. Dağlarda yürüyüş topluluğu vardı birde Voleybol topluluğu Dokuz Eylül Üniversitenin birde Fakültemizin turizm topluluğu. Ama depremden sonra biz de gittik. Artık o toplumlara bir alakam kalmadı yani gruplardan çıktım artık gitmeyeceğim diye. Sonra bu sene sadece Turizm topluluğuna katıldım ama benim çalıştığım için gidecek geziler hep benim çalışma saatlerine denk geliyordu o yüzden hiç gidemedim. Ama online görüşmeler falan olursa onlara katılıyorum. Toplulukta varım ama gezmelere gitmedim daha (K-15).”*

*“Genç Plancılar Topluluğu ve Gönüllüler Topluluğu’na katıldım. Bir kez gidebildim vakit olmadığı için. Gelecek sene daha aktif gitmeyi düşünüyorum (K-20).”*

*“Endüstri mühendisliği öğrenci topluluğuna üyeyim. Etkinliklere katıldım kulübün birkaç kez. (K-21).”*

*“Sosyoloji Topluluğu’nda varım. Bir etkinlik yaptım, sokakta çorba dağıttık. İki ekip vardı; biri çorbayı hazırlıyor diğeri dağıtıyordu. Ben hazırlayan ekipteydim. Dağıtmaya kalmadım çok geç olacağı için. (K-23).”*

Öğrenci kulüplerine katılım, Orta Asyalı öğrencilerin hem sosyal hem de kişisel gelişimleri açısından önemli bir rol oynamaktadır. Katılımcıların pek azı çeşitli öğrenci kulüplerine üye olduklarını ve bu kulüplerde aktif olarak yer aldıklarını belirtmiştir. Örneğin, bir katılımcı (K-10), tiyatro kulübüne üye olduğunu ve bu kulübün kendisine psikolojik olarak destek olduğunu ifade etmiştir. Tiyatro kulübü sayesinde hem Türkçesini geliştirdiğini hem de insanlarla daha rahat iletişim kurmayı öğrendiğini belirtmiştir. Ayrıca, kulüp

etkinlikleri sayesinde sosyal çevresini genişlettiğini ve kendini daha iyi ifade etmeyi öğrendiğini ifade etmiştir. Öğrenci kulüpleri, uluslararası öğrencilerin üniversite yaşamına adapte olmalarını da kolaylaştırmaktadır.

Genel olarak, bu bulgular, Orta Asyalı öğrenciler arasındaki etkileşimin dijital ve yüz yüze iletişim ağları üzerinden sağlandığını, ancak yabancı öğrenciler arasında ve toplumsal bütünleşmeyi güçlendirecek daha sistematik oryantasyon veya etkinliklerin eksik olduğunu göstermektedir. Son olarak, öğrencilerin eğitim göçü öncesi ve sonrasında da dijital iletişim araçlarını kullanarak göçün negatif etkilerini sınırladıkları da görülmüştür.

### **Sonuç**

Bu çalışmada, Dokuz Eylül Üniversitesi'nde eğitim gören Orta Asya öğrencilerinin uyum süreçlerinin ve sosyo-kültürel ilişkilerini derinlemesine incelenmesi, böylece eğitim göçü deneyimlerinin hem akademik hem de toplumsal boyutlarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmamızın bulguları, öğrencilerin Türkiye'ye geldiklerinde beklenti ve gerçeklik arasında önemli bir uyumsuzluk yaşadıklarını, dil yetersizliği, ekonomik zorluklar ve barınma sorunları gibi etkenlerin uyum süreçlerinde belirleyici rol oynadığını göstermektedir. Özellikle ekonomik kısıtlamalar, öğrencilerin sosyal yaşam ve akademik performansları üzerinde ciddi olumsuz etkiler yaratırken, dijital dayanışma ve öğrenci kulüpleri gibi mekanizmalar, uyum süreçlerine destek sağlayan önemli stratejiler olarak öne çıkmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler, öğrencilerin karşılaştıkları zorlukların ötesinde, sosyal çevre oluşturma ve kültürel aidiyet geliştirme çabalarının da güçlü bir şekilde var olduğunu ortaya koymuştur. Orta Asya öğrencileri, kendi aralarındaki iletişim ağlarını güçlendirerek hem duygusal destek hem de pratik çözümler üretme noktasında aktif rol üstlenmişlerdir. Sosyal ve kültürel ilişkiler bağlamında, Orta Asyalı öğrencilerin kendi grupları içinde dijital ve yüz yüze olarak kurdukları dayanışma ağları, dilsel ve kültürel benzerlikler üzerinden şekillenmiş ve öğrencilerin yalnızlık duygusunu azaltmıştır. Bununla birlikte, Türk öğrencilerle kurulan ilişkiler, öğrencilerin akademik başarılarına katkıda bulunurken, kültürel alışma süreçlerinde de önemli bir rol oynamıştır.

Kısacası, bu çalışma, uluslararası öğrenciler için çekim merkezi olan Türkiye üniversitelerindeki uluslararası öğrencilerin uyum süreçlerinin anlaşılmasına dikkat çekmektedir. Öğrencilerin, göç sonrası yaşadıkları uyum sürecinde deneyimledikleri zorluklar, sadece bireysel değil aynı zamanda toplumsal düzeyde de önemli dönüşümlere işaret etmektedir. Bu durum, başta üniversiteler olmak üzere, yerel yönetimler ve eğitim odaklı sivil toplum kuruluşlarının uluslararası öğrencilere yönelik uyum programları, sosyal entegrasyon

politikaları ve destek mekanizmaları geliştirmelerinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, uluslararası öğrencilerin uyumu tek taraflı bir süreç değil, aynı zamanda ev sahibi toplumun yaklaşımı ve kurumsal desteklerle şekillenen ve sonrasında da şekillenecek olan dinamik ve karşılıklı bir süreçtir.

## Kaynakça

- Bartram, D., Poros, M. V. ve Monforte, M. (2019). Göç Meselesinde Temel Kavramlar. (Çev. I. A. Tuncay). Ankara: Hece Yayınları.
- Baş, H. (2021). Uluslararası Öğrenciler ve Sosyal Dışlanma Durumlar, Yaklaşımlar ve Boyutlar. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Bulut, E., Yücetürk, H., Yılmaz, G., Gündoğdu, İ., Koç, N., Demiryürek, B. (2020). Uluslararası Öğrencilerin Psikososyal Sorun ve İhtiyaçları: Nitel Bir Çalışma. Nitel Sosyal Bilimler, 2(1), 60-73.
- Coşkun, F. (2022). Sınırdaki Karşılaşmalar: Göç Eden Bireylerin Ben ve Öteki Olma Durumlarına Dair Söylem Analizi. MSGSÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 2(26): 368-379
- Erdoğan, M. (2018a). Türkiye'deki Suriyeliler Toplumsal Kabul ve Uyum. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Erdoğan, M. (2018b). Suriyeliler Barometresi-Suriyelilerle Uyum İçinde Yaşamın Çerçevesi. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ergin, G. ve Türk, F. (2010). Türkiye’de Öğrenim Gören Orta Asyalı Öğrenciler. Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi, 2(1), 35-41.
- Eşiyok, H. ve Bilgehan, G. (2021). Türkiye’de Yabancı Uyruklu Yüksek Öğretim Öğrencilerinin Turist Davranışları. Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi 4(9). 791-814.
- Güven, S. ve Alkar, E. (2022). Uluslararası Öğrencilerin Türkiye’ye Göç Etme Nedenleri ve Yaşam Memnuniyetlerine İlişkin Bir Araştırma: Tıp ve Diş Hekimliği Fakülteleri Lisansüstü Öğrenciler Örneği. Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi, 5(1), 31-42.
- Karymbaeva, Z. (2018). Türkiye’nin Büyük Öğrenci Projesi: Orta Asya Cumhuriyetleri Örneğinde, UDEF, İstanbul.
- McAuliffe, M. and L.A. Ochoa (eds.), 2024. World Migration Report 2024. International Organization for Migration (IOM), Geneva.
- Önür, H., Tekin Önür, H. ve Gönüllü Atakan, A. (2020). Uluslararası Öğrencilerin Sosyo-ekonomik ve Kültürel Sorunları. Ankara: Astana Yayınları.
- Özoğlu, M., Gür, B. S. ve Coşkun, İ. (2015). Küresel Eğilimler Işığında Türkiye’de Uluslararası Öğrenciler. Ankara: Seta Yayınları.
- Snoubar, Y. (2017). Uluslararası Öğrencilerin Sorunları ve Sosyal Hizmet Gereksinimleri. Ankara: Gece Kitabevi.
- Şeker, D. ve Uçan, G. (2016). Göç Sürecinde Kadın. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi., 14(1), 199-214.
- Şimşek, O., (2024). “Mülteci Ol(ama)mak”. İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler, 12(1): 20-36.

- Willig, C. (2022). *Introducing qualitative research in psychology*. Fourth Edition. UK: Open University Press.
- Yazan, S. (2022). Uluslararası Öğrencilerin Yer Bağlılığını Anlamak: Kastamonu Kenti Örneği. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 46, 40-60.
- Yılmaz, E. (2022). İstanbul'daki Uluslararası Öğrencilerin Göç Deneyimleri ve Kente Entegrasyonu Araştırması. *Sosyoloji Dergisi*, 43, 51-93.
- YÖK, (2022). Yükseköğretimde Uluslararasılaşma ve Türkiye'deki Üniversitelerin Uluslararası Görünürlüğü Çalıştayı, [www.yok.gov.tr](http://www.yok.gov.tr) (Erişim Tarihi: 25.11.2024).
- Yüksel, K. (2023). Sosyal Uyum. Y. Özkaya vd. (Der). *Göç Ansiklopedisi içinde* (s. 347-351). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

# Bölüm 6

## Türkiye’de Yeşil Finans ve Yeşil Lojistiğin İhracata Etkileri

Burhan GÜNAY<sup>1</sup>  
İlay TAŞ<sup>2</sup>

### Giriş

Günümüzde çevresel sürdürülebilirlik, küresel ekonomi ve finans dünyasında giderek daha önemli hale gelen bir konu olmuştur. Artan sanayileşme, şehirleşme ve tüketim alışkanlıkları nedeniyle çevresel tahribat hızla artarken, küresel ısınma, iklim değişikliği, hava kirliliği ve doğal kaynakların tükenmesi gibi ciddi sorunlar insanlığın geleceğini tehdit etmektedir. Bu bağlamda, çevresel faktörlerin ekonomik faaliyetler üzerindeki etkisini minimize etmek amacıyla yeşil finans kavramı ortaya çıkmıştır. Yeşil finans, çevre dostu projelerin ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin finansal sistemlerle bütünleştirilmesini amaçlayan bir yaklaşımdır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde çevresel sürdürülebilirliği teşvik eden yatırımların ve finansal araçların kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır.

Yeşil finansın temel amacı, çevre dostu ve düşük karbonlu projeleri desteklemek, doğaya zarar vermeden ekonomik kalkınmayı sağlamak ve uzun vadede sürdürülebilir büyümeyi teşvik etmektir. Bu çerçevede, yeşil tahviller, yeşil krediler, karbon piyasaları ve sürdürülebilir yatırım fonları gibi çeşitli finansal araçlar geliştirilmiş ve uygulanmaya başlanmıştır. Yeşil finans, bankalar, sigorta şirketleri, yatırım fonları ve uluslararası finans kuruluşları tarafından desteklenmekte ve teşvik edilmektedir.

Ada çalışmasında, küresel ısınmanın giderek artmasıyla birlikte iklim değişikliğinin de Dünya’da büyük bir problem haline gelmesiyle ülkelerin iklim problemini azaltmak için çaba göstermeye başladıklarını çevre ile ilgili alınan önlemlerin yetersizliğini bu anlamda da finansal kuruluşlarda çevreyi ön planda tutan ürünler geliştirilerek iklim farkındalığına katkı sağladığını ve bankaların geliştirdikleri yeşil finansman araçları çevre dostu projelere desteklerinden bu araçlar yoluyla

---

<sup>1</sup> Doç. Dr,

<sup>2</sup>

ülkelerin tüm dünya da karbon salınımının azalmasına yönelik çabalarını destekleyen aracı kurumlar olarak çalışmakta olduklarını belirtmiştir (Ada, 2022).

Bu çalışmada, yeşil finans kavramı detaylı bir şekilde ele alınarak, yeşil finansın Türkiye ekonomisi ve ihracatına katkıları incelenmiştir. Çalışmanın temel amacı, yeşil finansın Türkiye'de nasıl bir gelişim gösterdiğini, bu alandaki uygulamaların ihracat üzerindeki etkilerini ve sürdürülebilir kalkınmaya sağladığı katkıları değerlendirmektir. Ayrıca, yeşil lojistik kavramı da ele alınarak, çevre dostu lojistik faaliyetlerinin Türkiye'deki mevcut durumu ve gelecekteki potansiyeli analiz edilmiştir.

Yeşilyaprak çalışmasında, küreselleşen Dünya'da artan ticaret hacmi ve aynı oranda artan lojistik ağının da çevreye verdiği zararları engellemek adına “yeşil lojistik” kavramının önemini vurgulamıştır (Yeşilyaprak, 2023).

Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde, yeşil finansın küresel boyuttaki gelişimi, Türkiye'deki mevcut uygulamalar, ihracata sağladığı katkılar ve yeşil lojistiğin önemi detaylandırılarak ele alınacaktır. Türkiye, yenilenebilir enerji kaynakları, çevre dostu sanayi projeleri ve sürdürülebilir tarım uygulamaları gibi birçok alanda yeşil finansmanı etkin bir şekilde kullanarak uluslararası ticarette rekabet avantajı elde edebilir. Bu nedenle, Türkiye'nin yeşil finans ve yeşil lojistik konularında atacağı adımlar, hem ekonomik büyüme hem de çevresel sürdürülebilirlik açısından büyük önem taşımaktadır.

Yeşil finansın temel bileşenleri, Türkiye ekonomisine sağladığı faydalar ve yeşil finansın ihracattaki rolü incelenecektir. Yeşil finansın sağladığı fonlama olanakları, işletmelerin sürdürülebilir üretim yapmasını teşvik etmekte ve Türkiye'nin dış ticarette rekabet avantajını artırmaktadır. Türkiye'de uygulanan yeşil finans modelleri, yatırımcılar ve ihracatçılar için önemli fırsatlar sunmaktadır.

Bu kitap bölümü, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda yeşil finansın önemini ve Türkiye'nin uluslararası ticarette nasıl bir konum elde edebileceğini ortaya koymaktadır. Yeşil ekonomi ve sürdürülebilir finansal politikaların benimsenmesi, Türkiye'nin ihracatta rekabet gücünü artırarak uluslararası pazarlarda güçlü bir yer edinmesini sağlayacaktır.

### **Yeşil Finans: Kavramsal Çerçeve ve Tanımı**

Yeşil Finans, düşük karbonlu, sürdürülebilir, doğaya ve insana zarar vermeyen projelerin geliştirilmesine, ekonomiye dönüştürmesine ve bu sistemin yaygınlaştırılmasına destek veren kalkınma projesidir. Yeşil Finans modeli kalkınma proje ve girişimlerini, çevresel ürünler ve politikalara destek veren finanslar araçlarıdır. Yeşil Finansın en büyük amacı riski azaltmak ve dünyayı daha yaşanabilir hale getirip sürdürülebilir projeleri arttırmaktır.

Yeşil Finans, yatırım, bankacılık, sigorta, dış ticaret vb. gibi birçok finansal ürün ve hizmetleri kapsamaktadır. Yeşil finans, yeni bir proje ortaya çıkarmak isteyen her türlü kurum ve kuruluşu destek vermek ve artan talebi karşılamak amacıyla yeşil tahviller ve karbon piyasası araçları gibi yeni finansal araçların dışında yeşil bankalar ve yeşil fonlar gibi yeni finansal kuruluşlar kurulmaktadır.

Yeşil Finansman, daha sürdürülebilir ve daha sağlıklı bir ekonominin gelişebilmesi için çevresel, sosyal ve yönetim kriterlerini yatırım şartlarına özümseyen ve sürdürülebilir risk yönetimine dahil eden tüm finans sektörlerine yapılan yatırımı finanse etmektedir.

Yeşil finasta Sürdürülebilir proje hedeflerine ulaşabilmek için gelişmekte olan ülkelerde bile yıllık birkaç trilyon dolara mal olduğu öngörülmektedir. Düşük karbonlu yeşil bir projeye geçişte ancak yüksek hacimli özel sektör katılımıyla finanse edilebilecek yüksek bütçeli yatırım ve teşviklere ihtiyaç vardır.

Yeşil Finans projesi ile ilgili en önemli hususlardan biri ise; Yatırımcıların ve Finans kuruluşlarının kullanmak istedikleri sermayeyi verimli bir şekilde tahsis etmesine ve doğru adımlılarla hareket etmesine yardımcı olabilmek için “Yeşil” kavramını ve Yeşil projelerinin nasıl kullanıldığını sınıflandırmalı ve “Yeşil” projelerinin doğru teşviklerini tam anlamıyla öğrenmelidir. Bu bağlamda sermaye akışlarını yeşil ve sürdürülebilir projelere yönlendirebilmek, piyasa da olacak olan etkilerini ön görebilmek, risk analizini yapabilmek için tanımlamaların doğru ve anlaşılabilir bir şekilde sunulması gerekmektedir. Bu açıklamaların doğru ve yönlendirici kılavuz olması sermaye sahiplerini yönlendirmede ve yeşil finans kaynaklarını geliştirmesinde destek olacaktır. Yeşil Finans, kaynak verimliliğini artırıp çevreye ve küresel etkiye fayda sağlayan pozitif yönlü yatırımdır.

Yeşil Finans için önemli olan kavramlardan; Yurtiçi Kamu Maliyesi, Uluslararası kamu Maliyesi ve özel sektör finansmanı olarak sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma aşağıda ki gibi açıklanabilir;

- ✓ **Yurtiçi Kamu Maliyesi:** Bir ülkenin Kamu sektörünün gelirleri, harcamaları, borçları ve maliye durumlarıyla ilgili bir disiplindir.
- ✓ **Uluslararası Kamu Maliyesi:** Kamu maliyesi ilke ve uygulamalarının uluslararası boyutta incelenmesini, farklı ülkelerin kamu maliye sistemlerini bütçe yönetimini, vergi politikalarını, kamu harcamalarını karşılaştırmayı ve analiz etmeyi amaçlar.
- ✓ **Özel Sektör Finansmanı:** Ekonominin özel sektörünü desteklemek ve finanse etmek amacıyla kullanılan finansal araçları ifade eder.

Yeşil Finansman, çeşitli yatırım araçlarıyla farklı kategorilerde oluşturulabilir.

Bu kategoriler aşağıdaki gibi sıralanmıştır;

- ✓ **Finansal Endüstri:** Daha fazla sektöre finansman ve teknoloji desteği sağlama, Risk yönetimini sağlıklı bir yöntemle ön görebilme, kalkınma planlarının doğru ve öngörülebilir mantık çerçevesinde yapma,
- ✓ **Ekonomik Büyüme:** Güncel medyayı takip etme ve gelişme, yapılan projelerin Yeşil kavramına uygun olması, proje amacının yayılmaya ve gelişmeye uygun olması.
- ✓ **Çevresel Gelişme:** Yeşil projelerinin çevreye ve yeni dünya teknolojilerine uygun olması, aktif olarak projelerin hayata geçirilmesi, projenin daha da geliştirilebilmesi için sürekli olarak yenilenmeye açık ve denetleniyor olması, olumlu olarak görülen etkilerinin yayılarak daha fazla sektöre örnek olması.

Yeşil Finansa en önemli rol oynayan iki model yer almaktadır. Yeşil Tahviller ve Yeşil Krediler olarak ikiye ayrılmaktadır.

### **Yeşil Krediler ve Sürdürülebilir Finansman Modelleri**

Dünden bugüne sıklıkla tercih edilen yeşil krediler, Dünya Bankası gibi uluslararası kalkınma kuruluşları tarafından geliştirilmiş ve özel olarak kullanılan kredilerdir. Çoğunlukla çevre, yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği alanlarına özel olarak kullanılır.

Gündoğdu çalışmasında, faiz oranlarının yeşil kredilerin, kredi veren paranın, sosyal, kültürel ve ekonomik sorunların çözümüne yönelik projelere özel olarak fon sağlamayı sürekli kılan finansal araçlar olarak diğer kredi türlerinden farklılaştığını vurgulamaktadır. Yeşil krediler, sürdürülebilirlik odaklı projelere destekle öne çıkar ve bu çözüm için başarılı seçenekler için gerekli finansmanı sunar. Ayrıca yeşil kredi uygulamaları, kredi sahiplerinin çevre dostu performanslarını değerlendirerek, onlara faiz indirimleri gibi avantajlar sunar. Bu paket, koruyucu projelere yatırım yapılmasını teşvik etmek için bir fiyat aralıkları sağlar ve böylece yeşil kaynağın yaygınlaşmasına katkı sağlar. Gündoğdu, bu tür finansal araçların sürdürülebilirliğine ve ekonomik faydaya nasıl katkı sağladığını anlatmak istiyor (Gündoğdu, 2018).

Neslihan Turguttopbaş'ın 2020 yılında yayımlanan sürümü, Türkiye'de sağlanan ilk yabancı kaynaklı yeşil kredi örneğini içermektedir. Bu kredi, dört rüzgar enerjisi santrali yatırımı için kullanıldı ve toplamda 260 milyon dolarlık bir üretim finansmanı sağlandı. Bu kredi, çevre dostu projelere yönelik bilginin nasıl sağlandığı ve alternatif enerji piyasasına yapılan yatırımların arttığı vurgulanmaktadır. Çalışma, yeşil kredi uygulamalarının Türkiye'deki gelişimi ve

sürdürülebilirliğine olan katkılarını özetlemektedir (Neslihan Turguttopbaş, 2020).

Kullanıcı şirketin sürdürülebilirlik performansı ve bu proje uyumluluğu uluslararası derecelendirme kurumu tarafından kredi vadesi boyunca her yıl denetleme yapılır ve puan değerlendirmesi yapılır. Puan değerlendirmesi şirketin kredi ödemesini ve fiyatlandırmasını her yıl tekrardan değerlendirilir.

### **Yeşil Tahviller: Sürdürülebilir Yatırımlara Finansal Destek**

Bu tahviller, özellikle çevre dostu projeleri desteklemek ve finanse etmek üzere çıkarılır. Gelirleri, enerji verimliliği, yenilenebilir enerji, su yönetimi gibi sürdürülebilir projelere yönlendirmekte olup aynı zamanda emisyon azaltmaya odaklı ve sosyal kalkındırmaya yönelik yatırımları finanse etmektedir.

Bartels ve diğerleri, yeşil ihracatlarının önemli bir kaynak haline geldiğini vurgulamaktadır. Özellikle takas enerji ve enerji alışverişi gibi çevre dostu projeler, yeşil kredilerden elde edilen gelirlerin büyük bir kısmı oluşan alanlardır. Bu finansmanlar, finansmanın sürdürülebilirliğinin desteklenmesi amacıyla, kirliliğin önlenmesi, doğal kaynakların sürdürülebilir biçimde yönetilmesi, biyoçeşitliliğin korunması gibi projelere de finansman sağlanmaktadır. Bartels ve diğerleri, yeşil faizlerin, pozitif yatırımların yaygınlaşmasını teşvik eden önemli bir finansal araç olduğunu ve bu araçlar özellikle bereketli enerji yatırıma finansman desteğinin büyük bir rol oynadığını belirtiyorlar (Bartels ve diğerleri, 2016, s.18).

Cochu ve diğerleri, yeşil faizlerin finansal piyasalarda nasıl önemli bir yatırım aracı haline geldiğini anlatmaktadır. Yeşil krediler, finansal getiriye sağlamakla birlikte, yoğunlukta da katkı desteği için tüketici talebini sürekli olarak sürdürüyor. İlk yeşil kredi ihraçlarının 2007 yılında Avrupa Yatırım Bankası tarafından Farkındalık kredisi olarak iklimin gerçekleştirildiği belirtilmektedir. Ayrıca, Dünya Bankası, İskandinav emeklilik fonlarının talebine yanıt vererek yeni kredi ihraçları amacıyla iklimlendirme projeleri finansmanı sağladı. 2013 yılı boyunca yeşil faizler, küçük değişiklikler işlemleri olarak kalırken, eyaletler ve yerel yönetimlerin yeşil dağıtımları ile büyük bir artış gösterilmiştir. Bu durum, yeşil kredilerin büyümesine ve pazarlamaya yönelik ilgiyi artırmasına katkı sağlamıştır (Cochu ve diğerleri, 2016, s. 27).

### **Yeşil Lojistik: Çevre Dostu Tedarik Zinciri Yönetimi**

Küreselleşmenin ve uluslararası ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte birçok çevre sorunu da beraberinde gelmiştir. Ekosistemin bozulması, iklim değişikliği, doğal kaynakların tükenmesi, azalan bitki ve hayvan çeşitliliği artan çevre sorunlarının başında gelmektedir.

90'lı yıllardan sonra çevre bilincinin artmasıyla birlikte, sürdürülebilir kalkınma kavramının önem kazanması ortaya ‘yeşil’ kavramını çıkarmıştır.

2012 yılında Rio’da düzenlenen Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı’nda yoksulluğun azaltılması ve çevrenin korunması çerçevesinde yeşil ekonomiye geçişin nasıl olması gerektiği üzerinde durulmuş ve UNEP tarafından yeşil ekonominin tanımı “Çevresel riskleri ve ekolojik kısıtlılığı azaltırken sosyal eşitliğin ve insan refahının iyileştirilmesi” olarak yapılmıştır. Böylece yeşil ekonominin önem kazanmasıyla birlikte yeşil büyüme, yeşil binalar, yeşil işler, yeşil insan kaynakları, yeşil enerji gibi birçok kavram literatürde kendine yer bulmaya başlamıştır. Bu nedenle, çevre üzerinde olumsuz etkileri olan lojistik sektörünü daha sürdürülebilir ve yeşil hale getirmek için “Yeşil Lojistik” kavramı seçilmiştir.(Dereli ve Aytaç,2019: 69).

Dış Ticaretin en önemli taşlarından biri olan lojistik, yeşil kavrama geçmesiyle yeni projeler ve fikirler ortaya atılmıştır. Sürdürülebilir kalkınmanın boyutlarından biri olan çevresel sürdürülebilirlik, akademik ve endüstriyel anlamda, son yıllarda araştırmacılar tarafından ilgi duyulan bir konu haline gelmiştir. Karbon emisyonlarının yoğunlaştırılması ve küresel ısınma, işletmelerin çevrenin sürdürülmesini sağlamaya yönelik çabalar göstermesini gerektirmektedir. Şu anda, küresel rekabet, çok sayıda şirket ve kuruluşu karbon emisyon değerlerini azaltmaya zorlamaktadır (Rad ve Gülmez, 2017).

Birçok faaliyet gibi lojistik sektörü de sürdürülebilir faaliyet kapsamındadır. Ulaşım sektörü, çevreye saygı gösterebilirken, sürdürülebilirliği artırabilir. Ulaşım sektöründe ki yeşil kavramına geçiş ve sürdürülebilir faaliyetler ekonomik ve sosyal anlamda geliştirirken, bu sistemi daha da yayılmasına vesile olabilir. Ulaşım ve hareketlilik sektörünün çevreyle bu kadar iç içe olması ve çevreyi nasıl koruyabiliriz sorusu Yeşil Lojistik kavramını ortaya çıkarmıştır. Yeşil Lojistik, iç içe olan bu döngüde verilen zararı azaltabilmenin yollarını incelemek, ekonomik ve sosyal alanda daha sürdürülebilir bir denge sağlayabilmek için gösterilen çabalar olarak tanımlanmaktadır.

Yeşil Lojistik açısından, sürdürülebilir kalkınmayı ve lojistik hedeflerini uyumlu hale getirmenin yollarını aramak gereklidir. Daha yeşil bir çevre ve sürdürülebilirlik için çevre dostu ürünlerin geliştirilmesi ve bunların tedarik aşamasının daha ulaşılabilir olması gereklidir.

Yeşil tedarik zinciri yönetiminin bir uygulama olarak evrimi, artan kirlilik, karbon emisyonları ve kötüleşen çevre koşulları açısından insanlar, hükümetler ve kuruluşlar arasında artan farkındalık ile başlamıştır (Gajendrum, 2017).

Vasiliauska ve diğerleri, yeşil lojistikte yalnızca bir strateji olarak ele alınmaması gerektiğini belirtmişlerdir. Yeşil lojistik, aynı zamanda sosyal ve ekonomik kapasitenin de bulunduğu bir lojistik anlayışıdır. Çalışma, yeşil

lojistiğin, çevreyi koruma amacının yanı sıra, sosyal sorumlulukları ve ekonomik sürdürülebilirliğin de gözetilen bir sunulmasının sağlanması vurgulanmaktadır. Bu şekilde, yeşil lojistik hem büyüme hem de toplumsal ve ekonomik açıdan dengeyi sağlayarak daha kapsamlı bir sürdürülebilirlik modeli sunmaktadır (Vasiliaska vd., 2013).

### **Türkiye’de Yeşil Lojistik Uygulamaları ve Gelecek Perspektifi**

Ulaştırma ve Lojistik sektörü dünyada hızlıca büyüyen ve gelişen bir sektördür. Sadece yurt dışı olarak akıllara gelen lojistik sektörü artık yurtiçinde de aktif olarak kullanılmaya başlamış ve hayatımızın her köşesine dokunmaya başlamıştır.

Lojistik sektörü, dış ticarete rekabet avantajı sağlamaktadır. Üç kıtanın birleştiği konumda ve üç tarafı denizlerle kaplı olan Türkiye, bölgenin lojistik üssü olmaya aday bir ülke durumundadır (Tıgılı, 2019)

Lojistik sektörü, yük ve yolcu taşımacılığı ile birlikte depolama faaliyetlerini de kapsamaktadır.

Türkiye’de lojistik sektörüne yapılan yatırımların artmasıyla birlikte lojistik sektöründen kaynaklanan toplam sera gazı emisyonlarını düşürmek için demiryolu çalışmalarına daha fazla önem verilmeye başlanmıştır. (Aytaç, Dereli.2019, 91.)

Yeşil Lojistik projesi Dış Ticaret faaliyetlerin de yeşile atılan ilk adımlardandır. Lojistik Dış Ticaretin ana unsurlarından olarak görülür.

Uluslararası Lojistik Kara-Hava-Deniz-Demir yolu olarak faaliyet göstermektedir. Sık kullanılan dört yolda çevreyle iç içe olup kullanılacak herhangi yanlış bir malzeme veya maddenin doğaya zararı düşünülmelidir.

### **Yeşil İhracat: Sürdürülebilir Dış Ticaretin Yeni Paradigması**

Küreselleşme teriminin hayatımıza girmesi ve küreselleşme eğiliminin ülkeleri, işletmeleri, toplum ve bireyleri birbirine bağımlı hale getirmiştir. Dünya coğrafyasında var olan doğal kaynakların eşit dağılmamasından dolayı ülkeler arasında ticaret kaçınılmaz olmuştur.

İnsanlar kendi coğrafyalarında karşılayamadıkları ihtiyaçlar için başka ülkelerden ürün ve hizmet temin etmek durumunda kalmıştır. Yüzyıllardır süren bu ticarete Dış Ticaret veya Uluslararası Ticaret denmektedir. Dış Ticaret ülkelerin kalkınması ve ticaret hacminin büyümesi açısından önemli bir etkidir.

Dış Ticaret için iki önemli rol vardır. Bu roller; İthalat ve İhracat olmak üzere ikiye ayrılır.

Bu iki rolün önemi açıklamak gerekirse;

**İthalat:** Bir ülkenin kendi coğrafyasında temin edemediği veya alamadığı hizmeti başka bir ülkeden belli bir ücret karşılığı temin etmesidir.

**İhracat:** Bir ülkenin kendi coğrafyasında temin ettiği ve bunu ticarete döküp ülkeye döviz ve istihdam kazandırmasıdır.

İhracat bir ülkenin kalkınması ve finansal açıdan güçlü olması adına çok önemli bir role sahiptir. Minimum ithalat düzeyinde ihracatın fazla olması ülkenin istihdamı ve gelir kaynaklarının artışına aynı zamanda ise dünya pazarında daha çok yer edinmesini sağlar.

Türkiye içerisinde ihracat hacminin en çok olduğu sektörler; Tarım, gıda, tekstil, otomotiv sektörü, pamuk vs. olarak sıralandırılabilir. Sıralanan sektörlerde ekonomik koşullara ve kaliteye bağlı olarak tercih edilen ülke konumuna gelmiştir.

İhracat sırasında bu ticaretten verim alınabilmesi için ihracat koşullarının kurallara ve etikliğe uygun olması gerekmektedir. İhracat sadece sonuç amaçlı olarak yapılmamalı ve bu süreç içerisinde minimum zarar maksimum fayda politikasında çalışılmalıdır.

İhracat yapılan ürün ve hizmetlerin kalitesini arttırabilmek ve dünya pazarında daha sağlıklı bir yer edinebilmek için ülke içerisinde ki kalite ve önem arttırılmalıdır.

Örneğin; Tarım sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın daha kaliteli ürün çıkartabilmesi için iyi bir çiftçi hizmeti alması ve kaliteli bir hasat çıkarması gerekmektedir. Çiftçinin bunu yapabilmesi için ise toprak koşullarına kadar dikkat edilmeli ve ne kadar ihtiyaç var ise o kadar finansal destek sağlanmalıdır. Sadece kaliteli bir ürün olması için değil sürdürülebilirliği ve doğa şartlarını koruyabilmek adına ekstra özen gösterilmelidir.

Sadece tarım sektörü için değil finansal getiri getiren ve ülkenin gelişiminde katkıda bulunan her alan için ayrı ayrı özen gösterilmeli ve bunun için çalışmalar yapılmalıdır.

Ülkeler finansal istikrarını ve finansal gücünü arttırmak adına dış ticaret girişimlerinde çevreye verilen zararın önüne geçmek ve kaliteli ürün üretmek adına yeşil projeler üretmeye başlamış ve yeşil projeler için finans desteği arayışına girmiştir.

Yeşil Projeler dünyada ki sürdürülebilirliği arttırmak ve doğaya minimum zarar verebilmek için üretilmeye çalışılan projelerdir. İnsanoğlu gün geçtikte daha fazla üretim ve tüketim yapmaya başlamış fakat bunun doğuracağı sonuçları ilk etapta öngörememiştir. Günümüzde yaşanan iklim krizi ve doğal kaynakların tükenme tehlikesi insanları artık harekete geçirmeye başlamış ve yeni çözüm yolları aramaya itmiştir. Ülkeler Yeşil Proje fikrini sevmiş ve bunları kendi bünyelerine entegre etmeye çalışmışlardır.

Yukarıda örnek verdiğimiz tarım sektörüne yeşil proje kapsamına aldığımızı düşünürsek yapılabilecek faaliyetler kapsamında verimli sulama yöntemlerini, temiz ve doğal gübre desteklerini ve bunların doğaya tekrardan geri dönüştürebilir olmasını proje kapsamına alabiliriz.

Yeşil projeler daha temiz ve yaşanabilir dünyayı destekleme yönünde oluşturulan projeler olmasından dolayı bu yolda ilerleyen tüm kurum ve kuruluşlara ilgili kurumlar tarafından finans desteği sağlanır. Bu finans destekleri üreticiyi teşvik etmek ve projeyi yaymak için kullanılan bir yöntemdir.

Avrupa Birliği Yeşil projeleri anlatmak ve bunu bir politika haline getirmek amacıyla 11 Aralık 2019 yılında Yeşil Mutabakat adlı bir proje başlatmıştır.

Bu mutabakatın başlıca hedefi Avrupa'yı 2050'de karbon-nötr bir kıta haline getirmeye çalışmaktır. Avrupa Birliğinin bu mutabakatı yayınlamasında ki hedeflerinden bir tanesi ise temiz, güvenilir enerjiye geçmesi ve toksiksiz bir çevreye ulaşılmasıdır.

Mutabakat kapsamında Türkiye AB'ye tamamen üye olmamasından dolayı doğrudan mutabakat yükümlülüklerine tabi değildir. Fakat AB ve Türkiye arasında büyük bir ticaret ortaklığı bulunmasından dolayı Türkiye'de ihracat bu mutabakattan büyük ölçü de etkilenebilir.

İhracat uygulamalarında yeşil projelerinin yaygınlaşması alıcı ve satıcı ülkeler için teşvik edici ve sürdürülebilir hale gelmelidir.

İhracat tek başına bir unsur olmamakla birlikte sadece üretim ve hizmet bazlı düşünmemeli, dış ticaretin gerçekleşmesi için en büyük rollerden bir tanesi olan lojistiğin de bu proje kapsamına dahil edilmesi gerekmektedir.

Dış ticaretin en büyük rollerinden bir tanesi olan lojistik; insan ihtiyaçlarının sınırsız ve var olan kaynakların sınırlı olmasından çıkan dış ticaret ihtiyacında iki tarafı da birbirine bağlayan lojistiği bilinçsizce uygulanması sonucu hava, çevre, temiz su gibi kaynakların kirlenmesine ve bu kaynakların tükenme riskini beraberinde getirmiştir.

İnsanların bu tehlikeyle karşılaşması yeşil projelere ve sürdürülebilir çevre projelerine olan ilgisini arttırmıştır. Ticaretin bu kadar önemli olduğu bir konumda buna aracılık yapan ve ulaşımı kolaylaştıran lojistikte yeni bir proje fikri ortaya atılmış ve bu projenin uygulamaları için harekete geçilmiştir. Yeşil Projeler kapsamında Yeşil lojistik fikri ortaya atılmış ve bu projeler bağlamında harekete geçilmiştir.

### **Yeşil Finans ve İhracat İlişkisi: Küresel Eğilimler ve Türkiye Örneği**

Son zamanlarda dünyamızda küresel ısınmanın artış göstermesi ve beraberinde getirdiği çevresel sorunlar dünya gündeminde her alanda ciddi bir problem haline gelmiş ve işletmelerin bu durumda ki hassasiyetleri artmıştır.

Yaşanan küresel ısınmanın beraberinde getirdiği iklim değişikliği, tarımsal üretim, gıda güvenliği öncelik olmakla beraber birçok problemi de getirmiştir. Bu problemlerin büyüyerek devam etmesi dünyadaki birçok ülke ve büyük kuruluşlar başta olmak üzere bir çözüm aramaya başlamıştır. İnsanlar Sanayi alanını keşfettiğinden ve geliştirmeye başladığından itibaren Dünya'ya verdiği zararı farkına varmadan ilerlemiş bu tehlike fark edildiğinde bulunan çözümler, alınan önlemler yetersiz kalmıştır. Bu yetersizlik durumu yeni arayışlara ve çözümlere teşvik etmiştir.

21. yüzyılda Dünya'nın teknolojik, ulaşım teknolojileri ve iletişim alanında her anlamda gelişmesi ve gelişmeye devam etmesi bu çözümlerin daha ulaşılabilir ve daha kolay uygulanabilir hale gelmesine sebep olmuştur. Fakat bu İklim Krizi probleminin doğmuş olması bütün Dünya'nın ve öncelikli olarak Türkiye'nin tarım, gıda, tekstil gibi öncelikli ticaret ağının zarar görmesine sebep olmuştur.

Yaşanan bu krizlerin çözümüne ulaşmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak için Yeşil Finans projesi geliştirilmiştir.

### **Sonuç ve Genel Değerlendirme**

Yeşil Finans, düşük karbonlu, sürdürülebilir, doğaya ve insana zarar vermeyen projelerin geliştirilmesine, ekonomiye dönüştürmesine ve bu sistemin yaygınlaştırılmasına destek veren kalkınma projeleridir. Yeşil Finansın en büyük amacı riski azaltmak ve dünyayı daha yaşanabilir hale getirip sürdürebilir projeleri arttırmak ve ekonominin canlanmasını hedeflemektedir.

21. yüzyılda Dünya'nın teknolojik, gerek ulaşım gerek iletişim bir çok alanda gelişmesi ve gelişmeye devam etmesi bu çözümlerin daha ulaşılabilir ve daha kolay uygulanabilir hale gelmesine sebep olmuştur. Fakat bu sürede İklim Krizi probleminin doğmuş olması bütün Dünya'nın ve öncelikli olarak Türkiye'nin tarım, gıda, tekstil gibi öncelikli ticaret ağının zarar görmesine sebep olmuş yaşanan bu krizlerin çözümüne ulaşmak ve sürdürülebilirlik sağlamak için yeşil finans projeleri geliştirilmiştir.

Küreselleşme teriminin hayatımıza girmesi ve küreselleşme eğiliminin ülkeleri, işletmeleri, toplum ve bireyleri birbirine bağımlı hale getirmiştir. Dünya coğrafyasında var olan doğal kaynakların eşit dağılmamasından dolayı ülkeler arasında ticaret de kaçınılmaz olmuştur. İnsanlar kendi coğrafyalarında karşılayamadıkları ihtiyaçlar için başka ülkelerden ürün ve hizmet temin etmek durumunda kalmıştır. Yüzyıllardır süren bu ticarete Dış Ticaret veya Uluslararası Ticaret denmektedir. Dış Ticaret ülkelerin kalkınması ve ticaret hacminin büyümesi açısından önemli bir etkidir. Dış ticaretin en büyük rollerinden bir tanesi olan lojistik; insan ihtiyaçlarının sınırsız ve var olan kaynakların sınırlı

olmasından çıkan dış ticaret ihtiyacında iki tarafı da birbirine bağlayan lojistiği bilinçsizce uygulanması sonucu hava, çevre, temiz su gibi kaynakların kirlenmesine ve bu kaynakların tükenme riskini beraberinde getirmiştir. İnsanların bu tehlikeyle karşılaşması yeşil projelere ve sürdürülebilir çevre projelerine olan ilgisini arttırmıştır. Ticaretin bu kadar önemli olduğu bir konumda buna aracılık yapan ve ulaşımı kolaylaştıran lojistikte yeni bir proje fikri ortaya atılmış ve bu projenin uygulamaları için harekete geçilmiştir. Yeşil Projeler kapsamında Yeşil lojistik fikri ortaya atılmış ve bu projeler bağlamında harekete geçilmiştir.

Birçok faaliyet gibi lojistik sektörü de sürdürülebilir faaliyet kapsamındadır. Ulaşım sektörü, çevreye saygı gösterebilirken, sürdürülebilirliği arttırabilir. Ulaşım sektöründe ki yeşil kavramına geçiş ve sürdürülebilir faaliyetler ekonomik ve sosyal anlamda geliştirirken, bu sistemi daha da yayılmasına vesile olabilir. Ulaşım ve hareketlilik sektörünün çevreyle bu kadar iç içe olması ve çevreyi nasıl koruyabiliriz sorusu Yeşil Lojistik kavramını ortaya çıkarmıştır. Yeşil Lojistik, iç içe olan bu döngüde verilen zararı azaltabilmenin yollarını incelemek, ekonomik ve sosyal alanda daha sürdürülebilir bir denge sağlayabilmek için gösterilen çabalar olarak tanımlanmaktadır. Daha yeşil bir çevre ve sürdürülebilirlik için çevre dostu ürünlerin geliştirilmesi ve bunların tedarik aşamasının daha ulaşılabilir olması gereklidir.

## Kaynakça

- Ada, S. (2022). Sürdürülebilir finans yaklaşımı çerçevesi yeşil bankacılık ve yeşil finansman araçları (Yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Ak Bingöl, B. ve Türk, A. (2019). Türkiye'de yeşil bankacılık. Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 11 (20), 81-92.
- Akandere, G. (2021). "Dijitalleşme Düzeyi ve Yeşil Lojistik Uygulamaların Lojistik Performansına Etkisi." Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 11(4), 1979-2000.
- Akbal, H. (2022). "Sürdürülebilir Lojistikte Yeşil Lojistik Uygulamaları." Kapadokya Akademik Bakış , 6(1), 15-23.
- Bartels, W. ve diğerleri. (2016). Yeşil finansal araçlar ve sürdürülebilirlik .
- Dereli, M. ve Aytaç, A. (2019). Uluslararası ticaret ve çevre ilişkileri kapsamında yeşil lojistik terimler: Avrupa Birliği ve Türkiye. Sosyal ve Beşeri Bilimlere Multidisipliner Bakış , 68-100.
- Güler, B. (2021). Avrupa Yeşil Düzeni: Yeşil kıtadan yeşil dünyaya geçiş. SEFYA . <https://sefia.org/blog/avrupa-yesil-duzeni-yesil-kitadan-yesil-dunyaya-gecis/>
- Gündoğdu, Y. (2018). Yeşil kredilerin ekonomik katkıları .
- Kanberoğlu, Z. ve Aksoy, K. (2022, Mayıs 13-15). Yeşil finansal araçlar ve Türkiye . VI. Anadolu Uluslararası Ekonomi Konferansı.
- Kıl, İ. ve Yayıcı, B. (2021). Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı ve ihracatımıza etkileri. Rekabet Yönetmeliği. <https://www.rekabetregulasyon.com/avrupa-birligi-yesil-mutabakati-ve-ihracatimiza-etkileri/>
- Kuloğlu, E. ve Öncel, M. (2015). Yeşil finans uygulaması ve Türkiye'de uygulanabilirliği. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (2).
- Mücevher, M. (2021). Sürdürülebilir lojistik için üç bölgesel strateji: Yeşil lojistik, lojistik ve lojistik. Enderun Dergisi, 5 (1), 39-54.
- Tiğli, M. (2019). Türkiye'de lojistik ve sürdürülebilirlik .
- Vasiliauska, T. ve diğerleri. (2013). Yeşil lojistik: Stratejiler ve uygulamalar .
- Yeşilyaprak, M. (2023). Yeşil lojistiğin e-ihracattaki yeri ve önemi. Beykoz Akademi Dergisi, 11 (1), 248-265.

# Bölüm 7

## 6360 Sayılı Kanun ile Köyden Mahalleye Dönüşen Yerleşmelerdeki Hizmet Değişimi: Çarşamba Örneği<sup>1</sup>

Kemal YAMAN <sup>2</sup>, Recep EKEN<sup>3</sup>

### Giriş

6360 sayılı On Dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması İle Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un yürürlüğe girmesi ile birlikte büyükşehir belediyesi sınırları il sınırları ile eşitlenmiş ve önceden köy statüsünde olan yerleşim yerleri mahalleye dönüşmüş ve büyükşehir belediyelerinin hizmet alanına girmiştir. 6360 sayılı Kanununa göre bir ilin büyükşehir belediyesine dönüştürülmesi için, il nüfusunun 750.000'den fazla olması gerekmektedir. Büyükşehir belediyesi, en az üç ilçeyi içinde barındıran ve aynı zamanda bu belediyeler arasında bilgi alışverişi yapan, kendisine sağlanan yetki ve görevleri kullanan bir tüzel kişiliktir (Tekin, 2018: 85). Büyükşehir belediyesi büyük kentlerin hızlı artan nüfusları, plansız şehirleşmesi gibi sorunlarının daha hızlı ve uygun şekilde ortadan kaldırılması için kamu hizmetlerini sağlayan yönetim modeli olarak kabul edilmektedir. Bu belediyeler, büyük kentlerdeki planlama sorunlarını çözmek için ana belediye sıfatıyla şehrin merkezindeki yönetim birimi olarak görev yapmaktadır (Özbey, 2016: 6).

Türkiye'de büyükşehir kavramından 1980'li yıllardan sonra bahsedilmeye başlanmıştır. 1982 Anayasasının 127. maddesinde büyük yerleşim merkezleri

---

<sup>1</sup> Bu çalışma ikinci yazarın aynı adlı yüksek lisans tezinden üretilmiş olup Kasım 2024'de Bakü'de "1. International Avrasya Scientific Research And Innovation" kongresinde sunulan özet bildirin genişletilmiş halidir

<sup>2</sup> Doç. Dr., Karabük Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,  
ORCID: 0000-0001-9844-4264

<sup>3</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, , Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,  
ORCID: 0009-0007-1698-7902

için özel yönetim biçimleri getirebileceğinden bahsedilmiştir (1982 Anayasası m.127). Türkiye’de artan nüfusun ve hızlı sanayileşmenin etkisi ile kentlerin nüfusu artmaya başlamıştır. Böylece 1982 Anayasası ile temelleri atılan Büyükşehir Belediye Kanunu (3030 sayılı) 1984 yılında yürürlüğe girmiştir. Böylece ilçe belediyeleri ile büyükşehir belediyeleri daha koordineli hale getirilmiş, görev ve yetkileri dahilinde hizmetlerinin planlı ve düzenli bir şekilde hayata geçmesi sağlanmıştır (Narcıkara, 2016: 50). Bu kanunla birlikte İstanbul, Ankara ve İzmir illeri çok fazla ilçe barındırdığı için büyükşehir olmaya hak kazanmıştır. Bu kanunda ifade edildiği üzere, büyükşehir belediyeleri kendi sınırları içerisinde birden fazla ilçe bulunduran şehir olarak açıklanmıştır. 3030 sayılı Kanun’da belirtilen iki temel gerekçe bulunmaktadır. Birincisi, belediye hizmetlerinde verimliliğin sağlanması ve sürdürülmesi, ikincisi ise şehir yönetimine katılımı yükseltmek ve demokrasiye katkı sunmaktır. 3030 sayılı Kanun yürürlükte kaldığı yıllar içinde büyükşehir halinde olabilecek iller için çalışmalar ve düzenlemeler başlatmıştır. Samsun, 2 Eylül 1993 tarihinde kabul edilen 504 numaralı *Yedi İlde Büyükşehir Belediyesi Kurulması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname* ile büyükşehir belediyesi olmuştur. Diğer iller ise Antalya, Mersin, İzmit, Eskişehir, Erzurum ve Diyarbakır’dır. Bu durumda büyükşehir sayısı 16’ya ulaşmıştır.

2012 yılında çıkarılan 6360 sayılı Kanun ile 13 il daha büyükşehir olmuştur. Bu kanun ile büyükşehir belediyelerinin sınırları farklılaşarak, mülki sınırlara taşınmış ve bunun beraberinde il özel idarelerinin tüzel kişilikleri kaldırılmıştır. Bu uygulama ile köyden mahalleye dönüşen kırsal alanlarda hizmet sunumu konusunda özellikle geçiş döneminde ciddi sorunlarla karşılaşmıştır. Bu çalışmada köyden kente dönüşen yerlerden bir olan Samsun Çarşamba ilçesinde bu dönüşümün yerel halk üzerindeki etkisi araştırılmış ve karşılaşılan sorunlar ve çözüm yolları ortaya konulmaya çalışılmıştır

## **1.Türkiye’de Büyükşehir Belediyesi Kanunlarının Gelişimi**

### **1.1.3030 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu**

Türkiye, büyükşehir belediyesi sistemine geçişi bu Kanunla gerçekleştirmiştir. 1982 yılında büyükşehir yönetimleri adına Anayasada tam anlamıyla bir düzenleme söz konusu değildir. 1982 sayılı Kanunun içinde yer alan 127. Maddede; büyük yerleşim yerleri adına özel bir yönetim anlayışı geliştirilebileceği ifade edilmektedir. Bu nedenle bir düzenlemeye ihtiyaç duyulduğu görülmüştür. Sonrasında 1984’te, 2972 sayılı Mahalli İdareler ile Mahalle Muhtarları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanun kabul edilmiş ve il sınırları içinde birçok ilçenin olması nedeniyle büyük kentlerde meclisler ve ilçe belediyelerinde meclislerin kurulması kararlaştırılmıştır. 1984 yerel

seçimlerden sonra 3030 sayılı Kanun resmi olarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanun ile birlikte büyükşehir belediyelerinde farklılıklar olmuştur. İlk olarak yönetim yapısı, yetki ve görev durumları düzenlenmiştir. 3030 sayılı Kanun ile ikili bir yönetim anlayışı kurularak büyükşehir ve ilçe belediyeleri yapısı belirlenmiştir. Bu kanunla belediyelere birçok mali imkânlar da sağlanmıştır. (Narcıkara, 2016:54)

3030 sayılı Kanunun uygulamaya geçmesi adına İmar Kanunu'nun 1985 yılında yenilenmesi önem arz etmektedir. Kanunun uygulama yönetmeliği de Kanun'unun uygulanması için önemli olan diğer etkindir (zgr ve Yavuzçehre, 2016: 911).

3030 sayılı Kanun, Büyükşehir Belediyeleri'nin yaptığı ve yapacağı faaliyetlerinin planlı bir şekilde hazırlanması ve yürütülmesini sağlamaktadır. Büyükşehir belediyeleri, ilçe belediyelerinin kuruluşunu, görev ve yetkilerinin verilmesini sağlamaktadır. 3030 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu, belediyeye ait çizgilerin içinde ve dışında yer alan yerleşim yapısının plansız bir şekilde ilerlemesini kontrol altına almak veya durdurmak, alt yapı işlemlerinin belli bir düzen içinde gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla ortaya çıkmıştır. 3030 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nun ortaya çıktığı yılda, sadece Ankara, İstanbul ve İzmir büyükşehir unvanı almıştır. Bu Kanun yürürlükte iken Adana 1986 yılında, Bursa, Gaziantep, Konya ve Kayseri ise 1987 yılında büyükşehir belediye statüsüne kavuşmuştur. Aynı şekilde 1993 yılında da daha önce bahsedilen 7 il daha büyükşehir belediyesi olmaya hak kazanmıştır.

### **1.2.5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu**

Türkiye'de 2000'li yılların başında yerel yönetimlerde gelişmeler devam etmiştir. Yeni kanun ve yönetmelikler çıkarılarak mevcut yönetim sorunları zlmeye çalışılmıştır (Tekin, 2018: 88). 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu 2004'te yürürlüğe girmiştir. 5216 Sayılı Kanun'un çıkarılma gerekçeleri, artan nüfus artışıyla kırsaldan kente nüfusun kayması, nüfusun çok büyük kısmının büyük kentlerin merkezlerinde yaşamaya başlaması, nüfusun yoğunlaştığı büyük kentlerdeki hizmet talebine cevap vermenin zorlaşması olarak belirlenmiştir. Bu kanun ile aynı zamanda katılımcı, etkin ve hesap verilebilir bir yönetim anlayışı yaratılmaya çalışılmıştır (Keysan, 2017: 54).

5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nda illerin büyükşehir olabilmesinin iki koşulu bulunmaktadır. Bu koşullardan ilki en az üç ilçe ya da ilk kademe belediyesinin büyükşehir belediyesine ait hudutların içinde bulunması, ikinci koşul ise bu hudutlara en çok 10.000 metre uzakta bulunan yerleşim yerlerinde toplam nüfusun 750.000 olmasıdır. Bu kanuna göre, "sınırları içerisinde en az üç ilçe ya da ilk kademe belediyesi bulunan, belediyeler arasında koordinasyon

kuran, kanunda kendine verilen yetkileri yerine getiren, karar organları seçimle belirlenen ve mali özerkliği bulunan kamu tüzel kişileri” büyükşehir belediyesi olarak tanımlanmaktadır.

### **1.3.6360 Sayılı Kanun**

Daha önce çıkarılan 3030 sayılı ve 5216 sayılı kanunlardan yeterli verim alınamaması, kentlerin hızla büyümesiyle yeni sorunların ortaya çıkması, günümüzde yaşanan büyük değişimlere büyükşehir ve ilçe belediyelerinin ayak uyduramaması sonucu büyükşehir belediyelerinin yeniden düzenlenmesi durumu söz konusu olmuştur. Bu durum da beraberinde yeni bir kanun ihtiyacını doğurmuştur. 6360 sayılı *On Üç İilde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Altı İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*, yeni bir düzenleme getirerek yönetsel bir değişiklik sağlamayı hedeflemiştir.

6360 sayılı Kanunda büyükşehir belediyesi, “sınırları il mülki sınırı olan ve sınırları içerisinde bulunan ilçe belediyeleri arasında uyumu sağlamakla yükümlü olan, idari ve mali açıdan özerkliği bulunan, kanunlarla verilen yetkileri yerine getiren, karar organları seçmen tarafından seçilerek göreve gelen kamu tüzel kişisi” olarak belirtilmiştir. Büyükşehir olabilmek için şart, il sınırındaki toplam nüfusun 750.000’i geçmesi olarak değiştirilmiştir. Böylece bu koşul sağlandığında il belediyelerinin kanunla büyükşehir belediyesi olacağı 6360 Sayılı Kanun’da belirtilmiştir (6360 sayılı Kanun, m. 4-5). Bu kanun ile Denizli, Manisa, Mardin, Şanlıurfa, Tekirdağ, Balıkesir, Kahramanmaraş, Hatay, Aydın, Malatya, Van, Trabzon, Muğla ve Ordu şehirleri de büyükşehir belediyesi unvanına sahip olmuştur. Bu illerde var olan il belediyeleri büyükşehir belediyesine dönüştürülmüştür (Narcıkara, 2016:58).

6360 sayılı Kanun 13 ilin daha büyükşehir belediyesine döndürülmesiyle önceden var olan 16 büyükşehir belediyesiyle birlikte büyükşehir sayısı 29’a ulaşmıştır. 2013’te yürürlüğe giren 6447 sayılı Kanun ile de Ordu ili de büyükşehir belediyesi statüsüne kavuşmuştur. Böylece toplam büyükşehir belediye sayısı 30 olurken, bu büyükşehirlerin tamamında il sınırı mülki sınırlardır olarak tanımlanmıştır. Büyükşehir olan yerlerdeki köy, belde belediyesi ve il özel idaresi son bulmuştur. İlin tamamından büyükşehir belediyesi sorumlu olmuştur. Böylece daha büyük ve geniş yapıdaki merkez yönetim birimi olan büyükşehir belediyesi tarafından verilen hizmet kalitesinin artırılması ve maliyetlerin düşürülerek kamu harcamalarının azaltılması hedeflenmiştir. 6360 sayılı Kanun ile tasarruflu ve daha aktif çalışan büyükşehir belediyesi modeli amaçlanmıştır (Çavuşoğlu, 2019: 43).

#### **1.4.6360 Sayılı Kanunu’nun Olumlu Yönleri**

6360 sayılı Kanun, nüfusun artmasıyla birlikte geniş çaplı hizmet üreten belediyelerin gelişen teknolojik imkânlar sayesinde donanımsal bir yapıya sahip olmasını sağlamıştır. Geniş çaplı hizmet üretimi sayesinde nitelikli teknik personel istihdam edilebilmiş, iş gücünün doğru bir şekilde katılımı sağlanmasıyla beraberinde verimlilik artmıştır. Merkezden gönderilen kaynakların koordinasyonunu sağlayan büyükşehir belediye sistemi, kaynakların etkin kullanımını sağlamıştır (Kalağan, 2018: 596).

Kanunla birlikte büyükşehir olan illerde yaşayan vatandaşın birden çok kurum ile muhatap olmasının önüne geçilmiştir. Vatandaşın sadece büyükşehir belediyesiyle işi olduğunda büyükşehir, ilçe belediyesi ile işi olduğunda ilçe belediyesine gitmesi yeterli olacaktır.

6360 sayılı Kanun ile büyükşehir yönetim sistemine yeni bir düzenleme gelmiştir. Bu düzenlemenin sağladığı faydalar şu şekildedir;

-Eskiyen yönetim anlayışından kaynaklı olarak geçerliliğini ve verimliliğini yitiren hizmetlerin yeniden düzenlenmesi sağlanmıştır.

-Türkiye’de de gelişen koşulların etkisiyle belediyeler, daha bağımsız şekilde hareket edebilmektedir.

-Finansal anlamda destek alınmasını sağlayabilecek yatırımları ülkemize çekilmesi sağlanmıştır. (Kalağan, 2018:596)

6360 sayılı Kanun ile mahalleye dönüşen yerleşmelerde alt yapı sorunları giderilmesi ve farklı hizmetlerin yerine getirilmesi için büyükşehir bütçesinin %10’unun ayrılması kararlaştırılmıştır. Kanunun çıktığından sonraki on yıl sürecek olan bu yatırım mecburiyeti, Kanun’un olumlu bir yönü olarak değerlendirilmektedir (Kantar, 2019: 102).

#### **1.5.6360 Sayılı Kanunun Olumsuz Yönleri**

6360 sayılı Kanuna yönelik eleştirilerin çok fazla olduğu görülmektedir. Bu eleştiriler kanunun hazırlık aşamasından itibaren başlamıştır. Kanununun meclis süresinin kısa oluşu, Anayasaya uygun olmaması, kanunun getirdiği yeni büyükşehir modelinin başarılı olup olmayacağına yönelik bir çalışma olmaması bir başka eleştiridir. Kanun ile oluşan il merkezindeki belediye yönetimi ile ilçedeki belediye yönetimi arasındaki uyumluluğun yerel yönetim çerçevesinde gerçekleştiremeyeceği de eleştirilen bir durumdur (Aydın ve Firidin, 2023: 279-282).

6360 sayılı Kanun ile köy, belde ve il özel idarelerinin, Anayasada bir değişiklik yapmadan tüzel kişilikleri kaldırılan kaldırılması, kanunun Anayasaya aykırı olduğu yönünden eleştirileri beraberinde getirmiştir (Ekinci, 2020:97),

Mahalleye dönüşen köylerdeki halk, mahalleye dönüşümün sadece isim değişikliği olduğunu, özellikle sosyolojik bakımdan halkın yine kırsal yaşamda yani köy şartlarında yaşamına devam ettiğini ve kendilerini kentle ilişkili göremediklerini söylemektedir. Aynı zamanda mali açıdan daha fazla ağırlık altına girdiklerini düşünmeleri de halkın bu kanuna olumsuz bakmasına yol açmıştır (Koyuncu ve Köroğlu, 2012: 8).

Kanunla birlikte kırsal alanda yaşayan halk daha önce muaf olduğu birçok vergiyi ödemek zorunda kalmıştır. Kırsal alanda yaşayan halkın gelir düzeyi, kentsel alanda yaşayan halka göre düşüktür. Eskiye nazaran daha yüksek vergi vermek durumunda kalan kırsal alandaki halkın mali açıdan oldukça güçlük çekeceği 6360 sayılı kanunla getirilen en büyük eleştirilerdendir (Ekinci, 2020:104). Bu sorunu çözmek için 2020 yılında 7254 sayılı Kanun ile 5216 sayılı Kanuna bir madde eklenmiş ve bahsi geçen yerler kırsal mahalle veya kırsal yerleşik alan statüsü verilmesi mümkün olmuştur (Kılıç ve İpek, 2021:5). Bu kapsamda 15 Nisan 2021’de *Kırsal Mahalle ve Kırsal Yerleşik Alan Yönetmeliği* yürürlüğe konmuştur (Kırsal Mahalle, 2021). Söz konusu düzenleme çerçevesinde, büyükşehir sınırları içinde yer alan ve belirlenen bazı kriterler açısından kırsal yerleşim özelliği taşıdığı tespit edilen mahalleler, kırsal mahalle olarak tanımlanmaktadır (Kılıç ve İpek, 2021:5). Bu kapsamdaki yerleşim yerlerine birtakım vergi muafiyetleri getirilmektedir.<sup>4</sup>

### **1.6.6360 Sayılı Kanun ile Meydana Gelen Değişimler**

6360 sayılı Kanun’un getirdiği değişimler, idari ve mali yönden meydana gelenler ile hizmet yönünden meydana gelenler olmak üzere iki başlık altında ele alınacaktır.

#### **1.6.1.İdari ve Mali Yönden Meydana Gelen Değişimler**

6360 sayılı Kanun çerçevesinde il ve ilçe belediyelerinin yetkilerinin değişmesi, tanımlarının yeniden yapılması, köylerin tüzel kişiliklerinin kalkması gibi değişimler büyükşehirlerde idari ve mali açıdan birçok farklılığı beraberinde getirmiştir (Kantar, 2019: 79). Meydana gelen değişimlerden bazıları şu şekilde özetlenebilir.

-Büyükşehir olma şartı artık sadece il nüfusa göre belirlenmeye başlanmıştır

-Büyükşehir statüsü alan illerde tüzel kişiliğe sahip köy, belde ve il özel idareleri yönetimleri kapanmıştır. Beldeler, bağlı oldukları ilçe belediyesine bağlı mahalleler olmuşlardır. Büyükşehir olan illerdeki köyler ise köyden mahalleye dönüşmüştür.

---

<sup>4</sup> Detaylı bilgi için bakınız. Kılıç, Ö. ve İpek, S. (2021), Kırsal Mahalle: Büyükşehirlerde Tekrar Köye Dönüş mü?

-Yeni ilçe kurmak için aranan nüfus şartı mevcutta 50.000 iken, kanun sonrasında 20.000'e geriletilmiştir. İlçeden ayrılarak yeni bir ilçe kurulma şartı ise en az 100.000 nüfus olmuştur.

-Kanun ile 500'den az nüfusa sahip yerleşmelerde mahalle kurulamamakta olup, kendine en yakın yerleşim yeriyle birleştirilerek mahalle yapılabilir.

-Kanunla birlikte büyükşehir sınırlarındaki bütün seçmenler tarafından seçilerek koltuğa oturan güçlü bir büyükşehir belediye başkanı ortaya çıkmıştır.

-Tüm büyükşehir statüsüne yükselen şehirlerde Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı açılmıştır.

-Merkezi yönetim paylarının yeniden düzenlenmesiyle maliye payı %5'ten %6'ya çıkarılmıştır.

-Kanun ile birlikte mahalleye dönüşen yerleşim yerlerinde alt yapı sorunlarının giderilmesi için büyükşehir bütçesinin 10 yıllık süreyle %10'unun ayrılması kararlaştırılmıştır.

### **1.6.2.Hizmet Yönünden Meydana Gelen Değişimler**

İdari ve mali yönden meydana gelen değişimler gibi kanun ile bir de hizmet yönünden meydana gelen değişimler ortaya çıkmıştır. Bu değişimler aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

-Büyükşehir belediyeleri ve 100.000 üstü nüfusu olan belediyeler, çocuklar ve kadınlar için konukevi açmalıdır.

-Büyükşehir ilçe belediyeleri sınırları içerisinde bulunan tehlike arz eden, doğal afet tehlikesi bulunan yapıları boşaltmalı ve yıkmalıdır. Bunun için büyükşehir belediyelerinden ilçe belediyeleri yardım talep edebilmektedirler.

-Büyükşehir belediyesinin bulunduğu sınırlarda ulaşım hizmetlerinin uyumlu ve etkili bir biçimde yerine getirilebilmesi için Ulaşım Koordinasyon Merkezi (UKOME) oluşturulmuştur.

-Büyükşehir belediyesi, mahalleye dönüşen yerleşmelerin ilçe merkezleri ile arasındaki bağlantı yolunun bakım ve onarım hizmetlerini yerine getirmekle yükümlüdür. Yine bu yolların karla mücadele ve temizlik hizmetlerini de büyükşehir belediyesi görmektedir.

-Büyükşehir belediyesi, mahalleye dönüşen köylerdeki meydanları ve anayolları yapmakla, anayollardaki ilan ve reklam yerleştirme işlerini görmekle görevlidir.

-Tarım ve hayvancılık alanında destek olmak için faaliyet gerçekleştirmek büyükşehir belediyesi ve ilçe belediyeleri yetkisindedir.

-Kanun'dan önce büyükşehir ilçe belediyeleri tarafından yerine getirilen katı atık depolama ve yok etme, itfaiye, mezarlık, su ve kanalizasyon, mezbahane,

yük ve yolcu terminalleri, toptancı halleri gibi işler büyükşehir belediyelerince yapılmaktadır. Büyükşehir belediye meclisi kararıyla, büyükşehir belediyesi bu hizmetleri ilçe belediyelerine aktararak görev bölüşümü gerçekleştirebilir.

-Büyükşehir sınırlarında bulunan bütün belediyelerin aralarında görev ve yetkilerini kullanmaları bakımından koordineleri çalışmaları büyükşehir belediyesi sorumluluğundadır. Yine aynı il sınırlarında bulunan belediyeler arasında çıkan anlaşmazlıklarda büyükşehir belediye meclisi sorunu çözmektedir.

## **2.Araştırma Metodolojisi**

### **2.1.Araştırma Konusu, Amaç ve Kısıtları**

Bu çalışmanın temel konusu, büyükşehir belediye yasasında 2012 yılında yapılan değişikliklerinin uygulanmasını, halkın memnuniyetini ve nasıl etkilendiğini incelemektir. Araştırmanın amacı, 6360 sayılı Kanun ile Çarşamba ilinde mahalleye dönüşen köylerde meydana gelen hizmet değişimlerinin, hizmet sunulmasının, demokrasi ve katılım sorunlarının tespit edilmesi ve halka yansımalarının sonuçlarını öğrenmektir. Bu amaçla bu yerleşim yerlerinde yaşayan halkın eksik hizmet alması durumunda çözüme kavuşturulması önemsenmiştir.

Araştırma zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı sadece Samsun ili Çarşamba ilçesi sınırlı tutulmuştur. Araştırmada elde edilen sonuçlar veri toplama aracındaki değişkenlerle sınırlıdır.

Çalışmanın uygulandığı yerleşim alanlarının kırsal ve dağınık yerleşmeler olması çalışmanın uygulanmasının süre olarak uzamasına neden olmuştur. Bu yerleşim yerlerinde yaşayan vatandaşın genelinin tarımla ilgileniyor olması bu yüzden evlerinde ulaşmanın zor olması sebebiyle evlerinde olabilecek zaman diliminde kendilerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Genellikle genç kategorisinde kalan ve farklı işlerde (memur, esnaf, işçi vb.) çalışması ya da okul sebebiyle ilçe merkezinde bulunan katılımcılara ise kendilerinin uygun oldukları yerlerde, dükkanlarında gezilerek ya da telefon ve internet uygulamalarıyla iletilerek çalışma uygulanmıştır.

### **2.2.Araştırmanın Modeli ve Hipotezi**

Araştırma modeli, “araştırma amacına uygun ve ekonomik olarak verilerin toplanması ve çözümlenebilmesi için gerekli koşulların düzenlenmesi” olarak tanımlanmaktadır (Karasar, 2008: 76). Dolayısıyla bu çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, bir grubun özelliklerini belirlemek ya da geçmişte veya halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi

amaçlayan araştırma modeli olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk vd, 2010: 17).

Çalışmada araştırma amacına yönelik 4 adet hipotez geliştirilmiş ve anket sonuçlarıyla birlikte değerlendirilmiştir. Araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir.

H1: 6360 sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesindeki mahalleye dönüşen yerleşmelerde hizmet sunumunda iyileşmeler olmuştur.

H2: 6360 sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesindeki mahalleye dönüşen yerleşmelerde mali yük artmıştır

H3: 6360 sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesindeki mahalleye dönüşen yerleşmelerde yaşayan halkın demokrasiye ve yönetime katılımı olumsuz etkilenmiştir.

H4: 6360 sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesindeki mahalleye dönüşen yerleşmelerde yaşayan halk yeni yasa sonrası verilen hizmetten memnundur.

### 2.3.Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Samsun Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı Çarşamba ilçesinin köyden mahalleye dönüşen yerleşim yerleridir. Kanundan önce Çarşamba ilçesinde kırsal alan olarak geçen bu yerleşim yerlerinde yaşayan nüfusun 71.417 olduğu tespit edilmiştir. (<https://webcitation.org/6EZxuhSks>).

Bu evrenden gerekli örneklem büyüklüğünün hesaplanması için aşağıdaki örneklem hesaplama formülünden yararlanılmıştır (Arıkan, 2005: 87):

$$n = \frac{NPq}{\frac{(N-1) \times B^2 + Pq}{Z^2}}$$

Bu formülde

n = Örneklem sayısı

N = Araştırmaya konu olan topluluğu

P = Topluluk oranını veya tahminini

q= 1-P'yi

B= Katlanılabilir hata oranını

Z= İstenilen güven aralığını ifade etmektedir.

71417 kişilik evrende  $\alpha=0.05$  anlamlılık ve  $\pm \% 5$  hata payına göre ihtiyaç duyulan örneklem sayısı en az 384 kişidir (Baş, 2010: 41; Yamane, 2001: 116-117). Araştırma kapsamında ve hatalı anketlerin olabilmesi ihtimali göz önüne alınarak toplam 540 anket dağıtılmış ve bunlardan hatalı ve eksik olanlar çıkarıldıktan sonra 407 anket değerlendirmeye alınmıştır.

## 2.4.Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket çalışması kullanılmıştır. Çarşamba ilçesinde mahalleye dönüşen yerleşmelerde yaşayan katılımcılara 7 demografik ve 32 araştırma amacına dönük sorudan oluşan toplam 39 soruluk anket çalışması uygulanmıştır. Anket çalışması daha önce benzer çalışmada bulunan Saydam (2020)’dan alınmıştır. Ankette her ifadeyi ölçmek amacıyla beşli Likert ölçeğinden faydalanılmıştır. Ölçekler, 1 “Kesinlikle Katılmıyorum”, 2 “Katılmıyorum”, 3 “Kararsızım”, 4 “Katılıyorum”, 5 “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde derecelendirilmiştir. Anket çalışması 2023 yılının nisan ve haziran ayları arasında uygulanmıştır. Anket çalışmasının verileri “SPSS 25” programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen veriler “frekans analizi” ile tablolara dökülmüştür. Anket çalışması güvenilirlik analizi ile kontrol edilmiştir. Anket çalışmasının güvenilirlik analizi Cronbach alfa katsayısı ile ölçülmüştür ve sonuç 0,869 çıkmıştır. Analiz ölçümü için ankette değerlendirilmesi istenilen 32 ifade kullanılmıştır. Güvenilirlik analizi sonucu  $0,80 \leq \alpha < 1,00$  değerinde olduğundan “yüksek güvenilir” olarak ifade edilebilir (Akgül ve Çevik, 2003: 436).

## 3.Alan Araştırmasına Yönelik Bulgular

Bu bölümde, 6360 sayılı kanun ile Çarşamba ilçesinde mahalleye dönüşen yerleşim yerlerinde gerçekleştirilen anket çalışmasında ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

### 3.1.Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Ankete katılanların demografik özellikleri Tablo 1’ de verilmiştir. Buna göre; katılımcıların %22,8’i kadın, % 77,2’si erkektir, %32,5’i 18-25, %30’u 26-35, %14,6’sı 36-45, %15,4’ü 46-55 yaş aralığında, %7,4’ünün ise 56 ve üstü yaş grubunda yer aldığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %46,7’si evli iken, %53,3’ünün bekâr olduğu görülmektedir. Gelir dağılımı incelendiğinde ise katılımcıların %28,5’i 8.500 TL’den az, %22,6’sı 8.501-11.500 TL, %28,6’sı 11.501-14.500 TL, %12,4’ü 14.501-17.500 TL, %7,9’u ise 17501 TL ve üzeri gelire sahiptirler. Aylık gelir alt limiti araştırma dönemindeki asgari ücret esas alınarak belirlenmiştir. Katılımcıların %7,4’ü ilkökul, %16,6’sı ortaöğretim, %18,4’ü lise, %55,8’i üniversite ve %1,7’si lisansüstü mezunu olduğu görülmüştür. Katılımcıların çoğunluğunu üniversite mezunları oluşturmaktadır. Katılımcıların meslek dağılımı incelendiğinde %18,6’sının memur, %12,9’unun esnaf/işveren, %16,9’unun işçi, %9,7’sinin çiftçi, %4,2’sinin emekli, %6,7’sinin ev hanımı, %11,6’sının öğrenci olduğu görülmüştür. Buna göre, araştırmaya katılanların demografik

analizlerini incelediğimizde, genç katılımcıların, üniversite mezunlarının, erkek katılımcıların, Çarşamba’da 16 yıl ve daha fazla süredir ikamet edenlerin diğerlerine göre daha yüksek oranda olduğu görülmektedir.

**Tablo 1. Demografik Özelliklere Yönelik Veriler**

| <b>Cinsiyet</b>      | <b>n</b> | <b>%</b> | <b>Aylık Gelir</b>   | <b>n</b> | <b>%</b> |
|----------------------|----------|----------|----------------------|----------|----------|
| Kadın                | 92       | 22,8     | 8500 TL' den az      | 115      | 28,5     |
| Erkek                | 311      | 77,2     | 8501 - 11500         | 91       | 22,6     |
| <b>Medeni Durumu</b> | <b>n</b> | <b>%</b> | 11501 - 14500        | 115      | 28,5     |
| Evli                 | 188      | 46,7     | 14501 - 17500        | 50       | 12,4     |
| Bekar                | 215      | 53,3     | 17501 TL ve üzeri    | 32       | 7,9      |
| <b>Yaş</b>           | <b>n</b> | <b>%</b> | <b>İkamet Süresi</b> | <b>n</b> | <b>%</b> |
| 18 - 25              | 131      | 32,5     | 5 yıldan az          | 9        | 2,2      |
| 26 - 35              | 121      | 30,0     | 6 - 10 yıl           | 16       | 4,1      |
| 36 - 45              | 59       | 14,6     | 11 - 15 yıl          | 31       | 7,6      |
| 46 - 55              | 62       | 15,4     | 16 yıl ve üzeri      | 347      | 86,1     |
| 56 ve üstü           | 30       | 7,4      | <b>Meslek</b>        | <b>n</b> | <b>%</b> |
| <b>Eğitim Durumu</b> | <b>n</b> | <b>%</b> | Memur                | 75       | 18,6     |
| İlköğretim           | 30       | 7,4      | Esnaf / İşveren      | 52       | 12,9     |
| Ortaöğretim          | 67       | 16,6     | İşçi                 | 68       | 16,9     |
| Lise                 | 74       | 18,4     | Çiftçi               | 39       | 9,7      |
| Üniversite           | 225      | 55,8     | Emekli               | 17       | 4,2      |
| Lisansüstü           | 7        | 1,7      | Ev Hanımı            | 27       | 6,       |
|                      |          |          | Öğrenci              | 47       | 11,7     |
|                      |          |          | Diğer                | 78       | 19,4     |

### 3.2.6360 Sayılı Kanunla Meydana Gelen Değişimle İlgili Bulgular

Bu bölümde anket sorularına verilen cevaplar her bir soru için değerlendirilerek sonuçlar yorumlanmıştır.

#### 3.2.1.Genel görüşler

Tablo 2’ye göre, Katılımcıların, 6360 sayılı Kanun’un çıkması iyi oldu ifadesine cevapları %2’sinin kesinlikle katılmıyorum, %11,2’sinin katılmıyorum, %20,3’ünün kararsızım, %59,6’sının katılıyorum, %6,9’unun ise kesinlikle katılıyorum olmuştur. Olumsuz cevap verenlerin kanunun çıkmasına karşı olmadıkları fakat mali açıdan kendilerini zora soktuğunu ve beklenen faydayı alamadıklarını düşündüklerinden “katılmıyorum” cevabını verdikleri gözlemlenmiştir. 6360 Sayılı Kanun’un çıkmasıyla günlük yaşamımda değişiklikler olmuştur ifadesine katılımcıların %2’si kesinlikle katılmıyorum, %40,9’u katılmıyorum, %25,1’i kararsızım,%26,8’i katılıyorum,%5,2’si kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Verilen cevaplara göre katılımcıların

büyük kısmının kanunun çıkmasının günlük hayatlarına bir etkisinin olmadığını görmekteyiz.

**Tablo 2. 6363 sayılı kanunla ilgili genel görüşler**

| İfadeler                                                                                                      |   | 1 | 2    | 3    | 4    | 5   | $\bar{X}$ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|------|------|------|-----|-----------|
| S1. 6360 sayılı Kanun'un çıkması iyi oldu.                                                                    | f | 8 | 45   | 82   | 240  | 28  | 3,58      |
|                                                                                                               | % | 2 | 11,2 | 20,3 | 49,6 | 6,9 |           |
| S2. 6360 Sayılı Kanun'un çıkmasıyla günlük yaşamımda değişiklikler olmuştur.                                  | f | 8 | 165  | 101  | 108  | 21  | 2,92      |
|                                                                                                               | % | 2 | 40,9 | 25,1 | 26,8 | 5,2 |           |
|                                                                                                               |   |   |      |      |      |     |           |
| Not: 1=Kesinlikle Katılmıyorum; 2=Katılmıyorum; 3=Kısmen Katılıyorum; 4=Katılıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum |   |   |      |      |      |     |           |

### 3.2.3.Yönetimsel Değişikliklerle İlgili görüşler

Tablo 3'e göre, yerleşim alanlarının köyden mahalleye dönüşmesinden sonra mahalle adlarının değişip değişmediği sorusuna katılımcıların %21,8'i kesinlikle katılmıyorum, %59,8'i katılmıyorum, %7,4'ü kararsızım, %10,2'si katılıyorum ve %0,7'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Bu verilere göre, katılımcıların çoğunluğuna göre mahalle adlarının değişmediği görülmektedir. Tabloya göre, mahalle olmanın farklı bir statü yarattığını düşünüyorum ifadesine kesinlikle katılmayanların oranı %6,9, ardından katılmayanların oranı %16,9, kararsız olanların oranı %21,8, katılanların oranı %48,6 ve kesinlikle katılanların oranı %5,7 olmuştur. Bu analiz sonuçlarına göre, genel olarak mahalle olmanın statü üzerinde etkili olduğunu düşünenlerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Tabloya göre, vatandaşlara, Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlıklarının yaptığı çalışmalar ışığında eski uygulamalara benzer olup olmadığına yönelik sorular sorulmuştur. Katılımcıların %1,2'si kesinlikle katılmıyorum, %27,5'i katılmıyorum, %30,8'i kararsızım, %40'ı katılıyorum ve %0,5'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Verilen cevaplara göre, katılımcıların kararsız ve olumsuz olması durumunun fazla olmasının çalışmaların eskiye göre farklı olduğu anlaşılmaktadır.

Tabloya göre, 6360 Sayılı Kanun'un çıkmasının demokrasiyi olumsuz etkilediğini düşünüyorum ifadesine katılımcılar %3,7'si kesinlikle katılmıyorum, %37,2'si katılmıyorum, %43,7'si kararsızım, %13,6'sı katılıyorum ve %1,8'i kesinlikle katılıyorum yanıtlarını vermiştir. Katılanların çoğunluğunun kararsız kaldığı ve demokrasinin olumsuz etkilendiğini düşündüğünü görmekteyiz.

Tabloya göre, mahallelerin ihtiyaçlarını koordine edecek bölge müdürlüklerinin bir şubesinin mahallelerinde yer alıp almadığı bilgisine ulaşmak amacıyla sorulan soruya katılanlar %12,2'si kesinlikle katılmıyorum, %57,6'sı katılmıyorum, %17,1'i kararsızım, %11,7'si katılıyorum, %1,5'i ise

kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Yanıtlayanların çoğunluğuna göre mahallerde ihtiyaçları gidermek için büyükşehirin bir şubesi yer almamaktadır. Tabloya göre, katılımcıların 6360 Sayılı Kanunu'nun katılım hakkını olumlu etkileyeceği düşüncesini değerlendiren tabloya göre, %1'i kesinlikle katılmıyorum, %22,1'i katılmıyorum, %33,5'i kararsızım, %41,2'si katılıyorum, %2,2'si ise kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. Katılımcıların çoğunluğu Kanun'un katılım hakkını olumlu etkileyeceğini düşünmektedir.

**Tablo 3. Yönetimsel Değişikliklerle İlgili Bulgular**

| İfadeler                                                                                          |   | 1    | 2    | 3    | 4    | 5   | $\bar{X}$ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|------|------|------|-----|-----------|
| S3. Mahalleye dönüştükten sonra mahalle adımız değişti.                                           | f | 88   | 241  | 30   | 41   | 3   | 2,80      |
|                                                                                                   | % | 21,8 | 59,8 | 7,4  | 10,2 | 0,7 |           |
| S4. Mahalle olmanın farklı bir statü yarattığını düşünüyorum.                                     | f | 28   | 68   | 88   | 196  | 23  | 3,29      |
|                                                                                                   | % | 6,9  | 16,9 | 21,8 | 48,6 | 5,7 |           |
| S11. Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlıklarının, İÖİ'nin ve KÖYDES'lerin                     | f | 5    | 111  | 124  | 161  | 2   | 3,11      |
|                                                                                                   | % | 1,2  | 27,5 | 30,8 | 40   | 0,5 |           |
| S29. Büyükşehir Kanunu'nun demokrasiyi olumsuz etkilediğini düşünüyorum.                          | f | 15   | 150  | 176  | 55   | 7   | 2,72      |
|                                                                                                   | % | 3,7  | 37,2 | 43,7 | 13,6 | 1,8 |           |
| S30. Mahallelerin İhtiyaçlarını Koordine Edecek Bölge Müdürlüklerinin Şubesinin Mahallede varlığı | f | 49   | 232  | 69   | 47   | 6   | 2,33      |
|                                                                                                   | % | 12,2 | 57,6 | 17,1 | 11,7 | 1,5 |           |
| S32. Büyükşehir Kanunu'nun katılım hakkımızı olumlu etkileyeceğini düşünüyorum.                   | f | 4    | 89   | 135  | 166  | 9   | 3,22      |
|                                                                                                   | % | 1    | 22,1 | 33,5 | 41,2 | 2,2 |           |

### 3.2.3.Sosyal hayata etkiye yönelik bulgular

Tablo 4'ye göre, 6360 Sayılı Kanunu'nun vatandaşı sosyal ve kültürel açıdan olumlu etkilediğini düşünüyorum ifadesine katılımcıların %3,5'i kesinlikle katılmıyorum, %17,4'ü katılmıyorum, %17,4'ü kararsızım, %54,1'i katılıyorum ve %7,7'si kesinlikle katılıyorum demiştir. Kanun'un sosyal ve kültürel anlamda

olumlu etkilediği düşüncesine farklı görüşler bulunmaktadır. Çoğunluk ise kanunun bu anlamda olumlu etkileri olduğunu düşündüğünü ifade etmektedir.

Köy yerleşim yerlerinde sağlık ocağı sayının çoğalmasına yönelik ifadeye katılımcıların %14,4'ü kesinlikle katılmıyorum, %49,1'i katılmıyorum, %19,1'i kararsızım, %16,1'i katılıyorum ve %1,2'si kesinlikle şeklinde yanıt vermiştir. Mahalle olduktan sonra sağlık ocağı sayısında artma olmadığı çoğunluk tarafından belirtilmektedir.

Eğitim alanında yapılan hizmetlerin sorulmasına katılımcılar %7,9'u kesinlikle katılmıyorum, %36,0'ı katılmıyorum, %19,4'ü kararsızım, %36,2'si katılıyorum ve % 0,5'i kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt vermiştir. Araştırma yapılan çoğu yerleşim yerindeki okulların hizmet vermediği ya da sadece ilkokul seviyesinde eğitim verdiği ve öğrenciler için taşınmalı eğitim sisteminin olduğu gözlenmiştir.

İnternet hizmetinin düzelmesine yönelik soruya katılımcıların %11,7'si kesinlikle katılmıyorum, %44,9'u katılmıyorum, %33,3'ü kararsızım, %9,2'si katılıyorum ve %1,0'u kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Yanıtlara göre, internet hizmetinin düzeldiğine inananların oranı oldukça düşüktür ve çoğunluk bu konuda bir iyileşme olduğunu düşünmemektedir. İnternetin sürekli arızalandığı ve geç müdahale edildiği sahada yapılan gözlemlerde fark edilmiştir.

Katılımcıların Büyükşehir Belediyesi kanunun yürürlüğe girmesi sonrası emniyet hizmetlerinin yeterliliği konusundaki soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, %6,5'i kesinlikle katılmıyorum, %22,6'sı katılmıyorum, %39,7'si kararsızım, %30,3'ü katılıyorum ve %1'i kesinlikle katılıyorum şeklinde görüş bildirmişlerdir. Katılımcıların bu konudaki görüşlerinin olumlu yönde olmasının çoğunlukta olduğunu görülmektedir. Saydam (2020)'ın gerçekleştirdiği çalışmanın sonuçlarına göre de katılımcıların tamamı olumlu cevap vermiştir (Saydam, 2020: 100). Bu hizmetin genel anlamda olumlu karşılandığını söyleyebiliriz.

Spor alanları ve salonlarının yapılmasına ilişkin ifadeye katılımcıların %18,1'i kesinlikle katılmıyorum, %46,9'u katılmıyorum, %13,2'si kararsızım, %21,3'ü katılıyorum ve %0,5'i kesinlikle katılıyorum demıştır. Vatandaşın yanıtına göre, spor alanları yapımı konusunda hizmetlerin oldukça az olduğu anlaşılmaktadır.

6360 sayılı Kanun'dan sonra yapılan sosyal yardımlar yeterlidir ifadesine katılımcıların %4,2'si kesinlikle katılmıyorum, %54,1'i katılmıyorum, %34,0'ı kararsızım, %6,9'u katılıyorum, %0,7'si ise kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Yanıtlara göre, kararsız olanların fazla olması gibi çoğunluk sosyal yardımların yeterli olmadığını düşünmekte

Kanunun köy yerleşim yerlerindeki yaşayanlara mali yük getireceğini düşünüyorum yargısına katılımcıların %1,7'si kesinlikle katılmıyorum, %12,7'si katılmıyorum, %20,6'sı kararsızım, %52,9'u katılıyorum ve %12,2'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Bu verilere göre, 6360 Sayılı Kanunu'nun mahalleye dönüşen yerleşim yerlerinde yaşayanlara mali yük getireceği düşüncesine farklı görüşler bulunmaktadır fakat büyük çoğunluk kanunun mali yük getireceği konusunda katıldığını ifade etmektedir.

**Tablo 4.** 6360 sayılı kanunun sosyal hayata yönelik etkileri

| İfadeler                                                                                                      |   | 1    | 2    | 3    | 4    | 5    | $\bar{X}$ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|------|------|------|------|-----------|
| S6. Büyükşehir Kanunu'nun sosyal ve kültürel anlamda olumlu etkilediğini düşünüyorum                          | f | 14   | 70   | 70   | 218  | 31   | 3,45      |
|                                                                                                               | % | 3,5  | 17,4 | 17,4 | 54,1 | 7,7  |           |
| S15. Mahalle olduktan sonra sağlık ocağı sayımız arttı.                                                       | f | 58   | 198  | 77   | 65   | 5    | 2,41      |
|                                                                                                               | % | 14,4 | 49,1 | 19,1 | 16,1 | 1,2  |           |
| S18. Mahalle olduktan sonra eğitim alanında yapılan hizmetler arttı.                                          | f | 32   | 145  | 78   | 146  | 2    | 2,85      |
|                                                                                                               | % | 7,9  | 36   | 19,4 | 36,2 | 0,5  |           |
| S19. Mahalle olduktan sonra internet hizmeti iyileşti                                                         | f | 47   | 181  | 134  | 37   | 4    | 2,43      |
|                                                                                                               | % | 11,7 | 44,9 | 33,3 | 9,2  | 1    |           |
| S24. Büyükşehir Kanunu'ndan sonra emniyet hizmetlerinin yeterli olduğunu düşünüyorum.                         | f | 26   | 91   | 160  | 122  | 4    | 2,97      |
|                                                                                                               | % | 6,5  | 22,6 | 39,7 | 30,3 | 1    |           |
| S16. Mahalle olduktan sonra halı saha ve spor alanları yapıldı.                                               | f | 73   | 189  | 53   | 86   | 2    | 2,39      |
|                                                                                                               | % | 18,1 | 46,9 | 13,2 | 21,3 | 0,5  |           |
| S20. Büyükşehir Kanunu'ndan sonra yapılan sosyal yardımlar yeterlidir                                         | f | 17   | 218  | 137  | 28   | 3    | 2,46      |
|                                                                                                               | % | 4,2  | 54,1 | 34   | 6,9  | 0,7  |           |
| S5. Büyükşehir Kanunu'nun mahalleye dönüşen yerleşim yerlerinde yaşayanlara mali yük getireceğini düşünüyorum | f | 7    | 51   | 83   | 213  | 49   | 3,65      |
|                                                                                                               | % | 1,72 | 12,7 | 20,6 | 52,9 | 12,2 |           |

### 3.2.4.İmar İskân Hizmetlerine yönelik bulgular

İmar iskân hizmetlerine yönelik bulgular Tablo 5'de verilmiştir. Buna göre; 6360 sayılı kanun ile imar ve iskân hizmetleri alanında yapılan uygulamaları doğru buluyorum yargısına %5,7'si kesinlikle katılmıyorum, %23,1'i katılmıyorum, %25,3'ü kararsızım, %40,0'ı katılıyorum ve %6,0'ı kesinlikle

katılıyorum şeklinde cevap vermiştir. Alınan sonuca göre, 6360 Sayılı Kanun ile yapılan imar ve iskân hizmetleri uygulamalarına farklı görüşler bulunmaktadır. Çoğunluk ise bu uygulamaları desteklediğini ifade etmektedir. 6360 sayılı kanun ile birlikte inşaat yapmak zorlaştı ve pahalılaştı yargısına katılımcıların ise %1,3'ü kesinlikle katılmıyorum, %3,4'ü katılmıyorum, %10,7'si kararsızım, %59,8'i katılıyorum, %24,8'i ise kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Bu durum, Büyükşehir Kanunu ile inşaat yapmanın zorlaşması ve maliyetlerin artması konusunda çoğunluk bu düşünceye katıldığını ifade etmektedir. Köylere hizmet götürme birimlerinin kaldırılmasıyla mahallemize yapılacak olan yatırımların azaldığını düşünüyorum ifadesine katılımcıların %19,9'u katılmıyorum, %17,6'sı kararsızım, %59,1'i katılıyorum ve %3,5'i kesinlikle katılıyorum yanıtını iletmıştır. Verilen yanıtlara göre, Köylere Hizmet Götürme Birliklerinin kaldırılmasının dönüşen köylere yapılacak yatırımların azaldığı düşüncesine çoğunluk katıldığını ifade etmektedir. 6360 Sayılı Kanun'dan sonra yolların asfaltlanmasına yönelik verilen ifadeye katılımcıların %12,9'u kesinlikle katılmıyorum, %19,4'ü katılmıyorum, %15,6'sı kararsızım, %49,9'u katılıyorum ve %2,2'si kesinlikle katılıyorum yanıtını verdiği görülmüştür. Kanunu'nun ana yollar ile mahalle içi yolların asfaltlanmasına olumlu bir etkisi olduğunu düşünenlerin oranı çoğunluktadır.

**Tablo 5.** 6360 sayılı kanunun İmar İskan Hizmetlerine yönelik etkileri

| İfadeler                                                                                                                  |   | 1    | 2    | 3    | 4    | 5    | $\bar{X}$ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|------|------|------|------|-----------|
| S7. Büyükşehir Kanunu ile imar ve iskan hizmetleri alanında yapılan uygulamaları doğru buluyorum                          | f | 23   | 93   | 102  | 161  | 24   | 3,15      |
|                                                                                                                           | % | 5,7  | 23,1 | 25,3 | 40   | 6    |           |
| S8. 6360 sayılı kanun ile birlikte inşaat (ev, ağır) yapmak zorlaştı ve pahalılaştı                                       | f | 5    | 14   | 43   | 241  | 100  | 4,03      |
|                                                                                                                           | % | 1,3  | 3,4  | 10,7 | 59,8 | 24,8 |           |
| S10. Köylere Hizmet Götürme Birliklerinin kaldırılmasıyla mahallemize yapılacak olan yatırımların azaldığını düşünüyorum. | f | 0    | 80   | 71   | 238  | 14   | 3,46      |
|                                                                                                                           | % | 0    | 19,9 | 17,6 | 59,1 | 3,5  |           |
| S17. Büyükşehir Kanunu ile ana yollar ile mahalle içi yollar asfaltlandı                                                  | f | 52   | 78   | 63   | 201  | 9    | 3,09      |
|                                                                                                                           | % | 12,9 | 19,4 | 15,6 | 49,9 | 2,2  |           |

### 3.2.5.Çevre Hizmetlerine yönelik bulgular

6360 sayılı kanunun Çarşamba'nın çevre hizmetlerine yönelik etkilerine ilişkin bulgular Tablo 6'da verilmiştir. Bu konuya ilişkin soruya ankete katılanların %2,5'i kesinlikle katılmıyorum, %26,6'sı katılmıyorum, %28,8'i kararsızım, %40,0'ı katılıyorum, %2,2'si ise kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Çoğunluk atık ve artık toplama hizmetlerinin düzeldiğini düşünmektedir, ancak kararsız olanların oranı da dikkate değerdir.

Kanalizasyon hizmetlerindeki değişimin yeterliliği konusunda katılımcıların %4,2'si kesinlikle katılmıyorum, %36,2'si katılmıyorum, %33,3'ü kararsızım, %23,6'sı katılıyorum ve %2,7'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Bu verilere göre, çoğunluk kanalizasyon hizmetlerinin yeterli olmadığını düşünmektedir. Merkeze uzak kalan bu yerleşim yerlerinde kanalizasyon hizmetine yönelik çalışma yapılacak alan olmadığı gözlemlenmiştir.

Mahalle olduktan sonra çevre temizliği hizmetleri yeterliliği konusunda ise katılımcıların %6,7'si kesinlikle katılmıyorum, %23,8'i katılmıyorum, %26,1'i kararsızım, %38,5'i katılıyorum ve %5,0'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Saha araştırmalarında, köy iken çöp kutularının olmadığı bu yerleşim yerlerinde mahalle olduktan sonra çöp kutuları yerleştirildiği gözlemlenmiştir. Fakat sayılarının az olması da günümüzde hala süren bir şikâyet olarak devam etmektedir.

6360 sayılı Kanun değişikliği ile mahalle olduktan sonra bahçe ve park alanlarında yapılan hizmetlere yönelik yargıya katılımcıların cevabı, %6,9'u kesinlikle katılmıyorum, %35,2'si katılmıyorum, %7,7'si kararsızım, %44,9'u katılıyorum ve %5,2'si kesinlikle katılıyorum olmuştur. Saydam'ın gerçekleştirdiği çalışmanın sonuçlarına göre de katılımcıların %58'i olumlu cevap vermiştir. Saydam, bunun nedeninin yerleşim yerlerine göre hizmetin farklılık göstermesinden kaynaklandığını söylemektedir (Saydam, 2020: 101).

Katılımcıların köy yerleşmelerinin mahalle statüsüne geçtikten sonra sokakların aydınlatılması hizmetine ilişkin ifadeye cevapları ise; %1,2'si kesinlikle katılmıyorum, %26,1'i katılmıyorum, %16,6'sı kararsızım, %48,9'u katılıyorum ve %7,2'si kesinlikle katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Katılımcıların çoğunluğu sokakların aydınlatılması hizmetini olumlu bulmaktadır.

Mahalleye dönüşen köy yerlerinde içme suyu hizmetlerinin artmasına yönelik sorulan soruya katılımcıların %9,7'si kesinlikle katılmıyorum, %28,5'i katılmıyorum, %19,6'sı kararsızım, %40,9'u katılıyorum ve %1,2'si kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Verilen yanıtlara göre, mahalle olmanın içme suyu kalitesi üzerinde bir iyileşme olduğunu düşünenler çoğunluğu oluşturmaktadır.

**Tablo 6. 6360 sayılı kanunun çevre hizmetlerine yönelik etkileri**

| İfadeler                                                                                               |   | 1   | 2    | 3    | 4    | 5   | $\bar{X}$ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|------|------|------|-----|-----------|
| S21. Büyükşehir Kanunu'ndan sonra yapılan atık artık toplama hizmetleri iyileşti                       | f | 10  | 107  | 116  | 161  | 9   | 3,13      |
|                                                                                                        | % | 2,5 | 26,6 | 28,8 | 40   | 2,2 |           |
| S22. Büyükşehir Kanunu'ndan sonra kanalizasyon hizmetleri yeterlidir                                   | f | 17  | 146  | 134  | 95   | 11  | 2,84      |
|                                                                                                        | % | 4,2 | 36,2 | 33,3 | 23,6 | 2,7 |           |
| S23. Mahalle olduktan sonra çevre temizliği hizmetleri yeterlidir                                      | f | 27  | 96   | 105  | 155  | 20  | 3,11      |
|                                                                                                        | % | 6,7 | 23,8 | 26,1 | 38,5 | 5   |           |
| S.27 Mahalle olduktan sonra park, bahçe ve ağaçlandırma alanında yapılan hizmetleri yeterli buluyorum. | f | 28  | 142  | 31   | 181  | 21  | 3,06      |
|                                                                                                        | % | 6,9 | 35,2 | 7,7  | 44,9 | 5,2 |           |
| S28. Mahalle olduktan sonra sokak aydınlatma ve ışıklandırma hizmetlerini yeterli buluyorum.           | f | 5   | 105  | 67   | 197  | 29  | 3,35      |
|                                                                                                        | % | 1,2 | 26,1 | 16,6 | 48,9 | 7,2 |           |
| S14. Mahalle olduktan sonra içme suyumuzun kalitesi arttı.                                             | f | 39  | 115  | 79   | 165  | 5   | 2,96      |
|                                                                                                        | % | 9,7 | 28,5 | 19,6 | 40,9 | 1,2 |           |

### 3.2.6.Diğer Hizmetlerine yönelik bulgular

Tablo 7'a göre, 6360 Sayılı Kanun ile merkezden köylere bulunan uzak mesafenin hizmet sunumunda vatandaşı olumsuz etkilediği düşüncesine katılımcıların %25,1'i katılmıyorum, %13,9'u kararsızım, %54,8'i katılıyorum ve %6,2'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Sonucun dağılımına göre Bu verilere göre, hizmet sunumunun mesafe uzaklığı sebebiyle aksatılması hakkında farklı görüşler bulunmaktadır. Çoğunluk ise bu düşünceye katıldığını ifade etmektedir.

6360 Sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesiyle birlikte otobüs hizmetlerinin düzeldiği yargısına katılımcıların %10,7'si kesinlikle katılmıyorum, %39,0'ı katılmıyorum, %18,4'ü kararsızım, %31,5'i katılıyorum ve %0,5'i kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıtlamıştır. Bu verilere göre, otobüs hizmetlerinin düzelmesi konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Çoğunluk ise bu düşünceye katılmadığını ifade etmektedir.

Belediyelerin tarımsal destek uygulaması yapmasına yönelik hizmetlerinin olup olmadığını ele alan soruya katılımcılar %17,6'sı kesinlikle katılmıyorum, %35,7'si katılmıyorum, %35,2'si kararsızım, %9,9'u katılıyorum, %1,5'i ise kesinlikle katılıyorum yanıtlarını vermişlerdir. Yanıtlara göre, katılımcıların çoğunluğu belediyenin tarımsal hizmetlerinin yetersiz olduğunu düşünmektedir.

6360 sayılı Kanunun ile birlikte mahalle olduktan sonra sulama kanalları yapılması ya da tamir edilmesi konusundaki katılımcı görüşleri incelendiğine

%7,2'sinin kesinlikle katılmıyor, %43,7'sinin katılmıyor, %31,5'inin kararsız, %15,6'sının katılıyor ve %2'sinin kesinlikle katılıyor olduğu anlaşılmıştır. Yanıtlara göre, katılımcıların çoğunluğu sulama kanallarının yapıldığı veya tamir edildiği konusunda olumsuz görüş bildirmektedir. Olumsuz görüşle birlikte kararsızların oranı da fazladır

Mahallelerde iletişim merkezleri oluşturulmuştur ifadesine ise katılımcıların %9,9'u kesinlikle katılmıyorum, %65,8'i katılmıyorum, %6,0'ı kararsızım, %15,9'u katılıyorum ve %2,5'i ise kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. Verilen cevaplara göre, katılımcıların büyük çoğunluğu mahallerde iletişim merkezlerinin oluşturulmadığını belirtmektedir.

**Tablo 7.** 6360 sayılı kanunun diğer hizmetlere yönelik etkileri

| <b>İfadeler</b>                                                                                         |          | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b><math>\bar{X}</math></b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------------------|
| S9. Büyükşehir Kanunu ile merkeze olan uzaklığın hizmet sunumunda bizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum | <b>f</b> | 0        | 101      | 56       | 221      | 25       | 3,42                        |
|                                                                                                         | <b>%</b> | 0        | 25,1     | 13,9     | 54,8     | 6,2      |                             |
| S12. Büyükşehir Kanunu ile yapılan hizmetlerin her alanda yeterli olduğunu düşünüyorum                  | <b>f</b> | 20       | 133      | 96       | 146      | 8        | 2,97                        |
|                                                                                                         | <b>%</b> | 5        | 33       | 23,8     | 36,2     | 2        |                             |
| S13. Büyükşehir Kanunu'ndan sonra otobüs hizmetleri düzeldi.                                            | <b>f</b> | 43       | 157      | 74       | 127      | 2        | 2,72                        |
|                                                                                                         | <b>%</b> | 10,7     | 39       | 18,4     | 31,5     | 0,5      |                             |
| S25. Belediyenin mahalleye dönuşen yerleşim yerlerine yönelik tarımsal hizmetleri oldu.                 | <b>f</b> | 71       | 144      | 142      | 40       | 6        | 2,42                        |
|                                                                                                         | <b>%</b> | 17,6     | 35,7     | 35,2     | 9,9      | 1,5      |                             |
| S26. Büyükşehir Kanunu'ndan sonra sulama kanalları yapıldı ya da tamir edildi.                          | <b>f</b> | 29       | 176      | 127      | 63       | 8        | 2,62                        |
|                                                                                                         | <b>%</b> | 7,2      | 43,7     | 31,5     | 15,6     | 2        |                             |
| S31. Büyükşehir kanunu ile mahallemizde iletişim merkezleri oluşturulmuştur                             | <b>f</b> | 40       | 265      | 24       | 64       | 10       | 2,35                        |
|                                                                                                         | <b>%</b> | 9,9      | 65,8     | 6        | 15,9     | 2,5      |                             |

### **3.2.7.Anket Sonuçlarına Yönelik Bulguların Değerlendirilmesi**

6360 Sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesinde meydana gelen hizmet değişimi hakkında yapılan anket çalışmasının sonuçları incelendiğinde halkın hizmet alması açısından hem memnun olduğu yönler hem de memnun olmadığı yönler olduğu görülmektedir. Vatandaşın olumsuz düşündüğü yargılar kadar olumlu düşündüğü yargılarında olması, 6360 Sayılı Kanun'un çıkmasına karşı olmadıklarını fakat hizmet olarak istedikleri hizmeti alamadıklarını ya da eksik aldıklarını göstermektedir. Olumsuz düşünülen en önemli konulardan biri de Kanun'un getirdiği mali yük olmaktadır. Bunun yanında mahalleye dönüşen köylerin il merkezine uzak olması ve köylerin merkezden takip edilmesinin zor olması, bunun sonucunda hizmetlerin çok fazla gecikmesi diğer olumsuz düşünülen konulardır. Araştırmada önerilen hipotezler konusunda elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibi değerlendirilmiştir.

H1: 6360 Sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesindeki mahalleye dönüşen yerleşmelerde hizmet sunumunda iyileşmeler olmuştur. Çalışmanın yapıldığı alanlarda köyden mahalleye döndükten sonra hizmetlerin sunumunda iyileşmeler olduğu analiz edilmiştir. Birinci hipotez kabul edilmiştir.

H2: 6360 Sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesindeki mahalleye dönüşen yerleşmelerde mali yük artmıştır. Köyden mahalleye döndükten sonra imar ve iskan düzenlemeleri ile vergilerden dolayı halkın mali yükünün arttığı analiz edilmiştir. İkinci hipotez kabul edilmiştir.

H3: 6360 Sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesindeki mahalleye dönüşen yerleşim yerleşmelerde yaşayan halkın demokrasiye ve yönetime katılımı olumsuz etkilenmiştir. Mahalleye dönüşen yerleşim yerlerinin il merkezine uzak olması nedeniyle yönetime katılmasının zor olabileceği ve 6360 Sayılı Kanun'un anayasal düzenlemelerden uzak bir şekilde yapılması eleştirisi ile bu hipotez olumsuz kurulmuştur fakat katılımcıların Kanun'un demokrasi ve katılım yönünden olumlu olduğunu düşündükleri analiz edilmiştir. Üçüncü hipotez reddedilmiştir.

H4: 6360 Sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesindeki mahalleye dönüşen yerleşmelerde yaşayan halk yeni yasa sonrası verilen hizmetten memnundur. Kanun ile mahalleye dönüşen yerleşim yerlerindeki halkın, verilen hizmetten memnun olduğu analiz edilmiştir. Dördüncü hipotez kabul edilmiştir.

### **Sonuç**

Köy ve mahalle yerleşim birimlerinin en küçükleri olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Köy, kırsal alansa en küçük yerleşim birimi olarak edilirken, mahalle ise kentsel alanda en küçük yerleşim birimi olarak kabul görmüştür. Köylerin kendilerine ait tüzel kişilikleri olması köyleri birer yönetim birimi

yapmıştır fakat mahallerde tüzel kişilik olmadığından, mahalleler merkezi yönetime bağlı birimler olarak kalmışlardır. Köy ve mahalle tarihine baktığımızda birbirinden farklı bu iki birimde de gelişmeler olmuştur. Son olarak 6360 Sayılı Kanun ile büyükşehirlerde ve yeni büyükşehre dönüşen illerdeki köylerin kaldırılmasıyla bu alanlar mahalle olmuştur.

Türkiye’de yerel yönetim alanında gelişmeler tarihimizden bu yana hep olmuştur. Büyük kentlerin düzenlenmesi için bu gelişmeler ilk olarak 1960’lı yıllardan itibaren olmaya başlamıştır. 1982 yılında yürürlüğe giren 2709 Sayılı Kanun’un 127. maddesinde yerel yönetim alanındaki gelişmeler ve anayasal şartlardan bahsedilmiştir. Kentleşmenin hızla artması devam ederken 1984 tarihinde 3030 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu çıkarılmıştır. Böylece büyükşehir belediyeleri ve ilçe belediyeleri daha koordineli bir şekilde yürütülerek, görev ve yetkileri dahilinde hizmetlerinin planlı ve düzenli bir şekilde hayata geçirilmesi sağlanmıştır. İstanbul, Ankara ve İzmir bu kanun ile büyükşehir olmuştur. Bu üç ilden sonra Adana 1986 yılında, Gaziantep, Bursa, Kayseri ve Konya da 1987 yılında büyükşehir ünvanı almıştır. 1993 yılı içerisinde de “Yedi İlde Büyükşehir Belediyesi Kurulması Hakkında 504 sayılı KHK” ile Antalya, Mersin, Eskişehir, Samsun, İzmit, Erzurum ve Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi olmaya hak kazanmıştır. 2012 yılında 6360 Sayılı Kanun’un çıkmasıyla ve 2013 yılında bu kanunda yapılan değişiklikle büyükşehir statüsüne sahip olan il sayısı 30 olmuştur. 6360 sayılı Kanun ile büyükşehir statüsü alan iller, Aydın, Balıkesir, Denizli, Hatay, Malatya, Manisa, Kahramanmaraş, Mardin, Muğla, Ordu, Tekirdağ, Trabzon, Şanlıurfa ve Van olmuştur. Bu kanun ile il sınırı mülki sınır olmuştur, öncesinde tüzel kişiliği bulunan köy, belde ve il özel idareleri kapatılarak büyük şehirlerde son bulmuştur.

Köy ve mahalle birimleri birbirlerinden farklı yerleşmelerdir. Hem yönetsel hem de hukuksal olarak birbirlerinden farklılık göstermektedirler. İki biriminde de başında olan muhtarlarında görevleri farklılık göstermektedir. Köyün tüzel kişiliğe sahip olması fakat mahallenin tüzel kişiliğinin olmaması bu farklılığın en büyük sebebidir. Köyün tüzel kişiliğe sahip olması köy muhtarını bir yönetici yaparken, mahalle muhtarı daha çok merkezi yönetimin memuru olarak görülmektedir. 6360 Sayılı Kanun ile köylerin mahalleye dönüşmesiyle köylerdeki muhtarlar da yönetici özelliklerini kaybetmiş, daha çok merkezi idareye bağlı olmuştur.

Yapılan çalışmayla 6360 Sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesindeki köyden mahalleye dönüşmüş yerleşmelerdeki hizmet değişimi incelenmiştir. Anket sonuçları ele alındığında katılımcıların kanunun varlığından haberdar oldukları görülmektedir. Kanunun çıkmasının günlük yaşamlarını pek etkilemediği görülen katılımcıların kanun hakkında hem olumlu hem de olumsuz görüşleri bulunmaktadır. Mahalle olmanın kendilerine farklı bir statü yarattığını düşünen

katılımcılar olduğu gibi kendilerini kentsel yaşamda görmeyip kırsal hayatlarının devam ettiğini belirten katılımcılar da mevcuttur.

6360 Sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesinde mahalleye dönüşen yerleşmelerde sunulan ve olumlu olarak görülen hizmetler, içme suyunun kalitesinin artması, ana yollar ile mahalle içi yolların asfaltlanması, artık ve atık toplama hizmetleri, çevre temizliği hizmetleri, acil durum hizmetleri, bahçe ve park hizmetleri, yolları aydınlatma ve ışıklandırma hizmetleridir.

6360 Sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesinde mahalleye dönüşen yerleşmelerde sunulan ve olumsuz ya da eksik olarak görülen ve düzeltilmesi beklenen hizmetler, mahalleye dönüşen yerleşmelerdeki vatandaşa mali yük getirmesi, inşaat (ev, ahır) yapmanın zorlaşması ve pahalılaşması, merkez ile mahalleler arasında kalan mesafenin fazla olmasının hizmet sunumunu olumsuz etkilemesi, Köylere Hizmet Götürme Birliklerinin kaldırılmasıyla mahalleye dönüşen yerleşmelerde yapılması gereken yatırımların yapılmaması, otobüs hizmetleri, sağlık ocağının artmaması, halı saha ya da spor alanları gibi alanlar, eğitim alanında yapılması gereken hizmetler, internet hizmeti, sosyal yardımlar, kanalizasyon hizmetleri, tarımsal yardım hizmetleri, sulama kanalları yapılması ya da tamir edilmesi, mahallelerin ihtiyaçlarını koordine edecek bölge müdürlüklerinin bir şubesinin mahallede yer alması, mahallelerde iletişim merkezleri oluşturulmasıdır. Sayılan bu hizmetlerin yerine getirilemediği ve eksik kaldığı düşünölen hizmetlerdir.

Çalışma devam ederken alan gözlemlenmesi de yapılmıştır. Sunulan hizmetlerden duyulan memnuniyet derecesi genelde benzerlikler gösterse de farklılıklar da mevcuttur. Mesela yol yapımı çalışması kimi mahallelerde yeni yapılmışken, kimi mahallelerde uzun süredir yapılmadığı gözlemlenmiştir.

6360 Sayılı Kanun ile Çarşamba ilçesinde mahalleye dönüşen yerleşmelerdeki hizmet sunumlarından bazılarında memnun olunduğu fakat bazılarında memnun olunmadığı, eksik kalındığı, beklenen hizmetin sunulmadığı görölmüştür. Özellikle kanunun mali yük getirmesi, mahallelilerin il merkezine uzak kalması, tarımsal desteğin sunulmaması, hizmetlerin geç götürölmesi ve vatandaşın kendini kent yaşamanda görmemesi 6360 Sayılı Kanun'un düzeltilmesi gereken yönlerini olarak düşünölmektedir. Bunların iyileştirmesi vatandaşın bu kanuna olumlu baktracağı ve vatandaşın Kanun'dan daha fazla verim almasını sağlayacağı düşünölmektedir.

Çalışma ile Çarşamba ilçesinde 6360 Sayılı Kanun'un getirdiği etkiler ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın bu kırsal alanlarda yapılacak politikalara olumlu etkide bulunacağı düşünölmektedir. Bu alanlarda sunulan eksik hizmetlerin tespit edilerek ortaya konulmasının önemli olmasından dolayı benzer çalışmaların gerçekleştirilmesinin faydalı olduğu düşünölmektedir

## Kaynakça

- Akgül, A. ve Çevik, O. (2003). *İstatistiksel Analiz Teknikleri, SPSS’te İşletme Yönetimi Uygulamaları*. Ankara: Emek Ofset Ltd. Şti.
- Arıkan, R. (2005). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama*. Ankara: Asil Yayın.
- Aydın, B. (2023) 6360 “Sayılı Kanun’un Halkın Belediye Algısı Üzerindeki Etkisi: Maçka Örneği”, *Kamu Yönetimi ve Politikaları Dergisi*, 2023, 4(2), 277-304
- Baş, T. (2010). *Anket*. Ankara: Seçkin Yayıncılık ve San. ve Tic. Aş.
- Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Özkahveci, Ö. ve Demirel, F. (2004). “Güdülenme Ve Öğrenme Stratejileri Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerlilik Ve Güvenirlilik Çalışması”. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 4 (2), 207-239.
- Çavuşoğlu, A. (2019). 6360 Sayılı Kanun’un Kırsal Alan Yönetimine Etkisi: *Antalya İli Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur.
- Kantar, A. G. (2019). 6360 Sayılı Yasa Sonrasında Büyükşehir Belediyelerinin Yeniden Yapılandırılması: *Manisa Büyükşehir Belediyesi Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Manisa.
- Kılıç. Ö. ve İpek, S. (2021), “Kırsal Mahalle: Büyükşehirlerde Tekrar Köye Dönüş mü?”, *Troy Academy*, 7 (1), 1-16, 2022.
- Karasar, N. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kalağan, G. (2018). “Türkiye’de 6360 Sayılı Büyükşehir Yasası Kapsamında Büyükşehirler/Bütünşehirler: Yönetimsel Yapı, Mali/İktisadi Boyut ve Gelecek Vizyonu Üzerine Bir Tartışma”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 10(25), 591-603.
- Keysan, C. (2017). 6360 Sayılı Yasanın Uygulama Sürecinde Denizli’de Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Algısı: *Eski Belde Belediyeleri Üzerinden Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Koyuncu E. ve Köroğlu N.T (2012) “Büyükşehirler Tasarısı Üzerine Bir Değerlendirme”, *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı Dergisi*. Kasım 2012, 1-8.
- Narcıkara, P. (2016). *Büyükşehir Belediye Meclislerinde Temsil ve Katılımda Adalet: Hatay Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı.

- Özbey, A. (2016). *6360 Sayılı Yasaya Göre Oluşturulan Büyükşehirler Üzerine Bir Araştırma ve Malatya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Özgür, H. & Yavuzçehre, P. S. (2016). “Türkiye’nin Büyükşehir Belediyesi Sistemi:1982-2015”. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1) , 903-926.
- Saydam, A. (2020), *6360 Sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu İle Mahalleye Dönüşen Köylerde Yaşanan Değişim: Ceyhan İlçesi Üzerinden Bir Değerlendirme*, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Adana.
- Tekin Faruk Ö. (2018). “Türkiye’de Büyükşehir Yönetimi ve 6360 Sayılı Yasanın Getirdiği Değişim: Konya Örneği”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (55), 84-105.
- Yamane, T. (2001). *Temel Örneklem Yöntemleri*. (Çev. A. Esin, M. A. Bakır, C. Aydın ve E. Gürbüzsel), İstanbul: Literatür Yayıncılık.

# Bölüm 8

## Kazak Halkının Gelenek ve Görenekleri

Mukhabbat MASSADİKOVA<sup>1</sup>

### Giriş

Her milletin kendine özgü gelenek ve görenekleri vardır. Ancak ülkemizde yaşayan farklı milletlerin temsilcileri arasındaki etkileşim ve yakın etkileşim nedeniyle, birbirine benzeyen gelenek ve göreneklere Kazak halkı atalarından kalan geleneklere büyük önem veriyor. Kazakların zamanla milli bir özellik haline gelen en önemli geleneği misafirperverliktir. Kazak milletine özgü, anne sütüyle Kazakların kanına geçmiş asil bir özelliktir. İşte bu yüzden misafire hürmet, saygı ve nezaket gösterme alışkanlığı çocukluktan itibaren oluşturulur. Kazak toplumunda çok eski tarihlere dayanan gayri resmi bir hukuk sistemi vardır. Diyor ki - Ziyaretçiyi ilahi bir misafir gibi karşılayın (Kunanbay & Kabden, 2008; Қабылбаева, 2010).

Kazaklar yüzyıllar boyunca kendilerine özgü gelenek ve görenekler geliştirmişlerdir. Bunlardan birçoğu 18. yüzyılda ve 20. yüzyılın başlarında Rus yönetiminin temsilcileri, Rus ve yabancı bilim adamları ve seyyahlar tarafından açıkça gözlemlenmiş ve kaydedilmiştir. Kazakların gelenek ve görenekleri, ev içi, aile bireyleri arasındaki ve diğer insan grupları arasındaki ilişkilerin şekillenmesinde önemli rol oynamıştır (Еришева, 2015; Ормолдаева, Байгунова, & Төлеуов, 2019).

Kazak halkı gelenekleri bakımından zengin bir millettir. Bu, ülkenin kültürlü ve eğitilmiş olduğunun kanıtıdır. Ünlü halk figürü ve hukukçu N. Şaikenov, "Milletin gelenekleri hukuktan üstündür" demiştir. Dolayısıyla gelenekleri olan bir ülke güçlü ve istikrarlı bir ülkedir. Milletimiz, asırdan asra, örf ve adetleriyle milli değerleri, örf ve adetleriyle ahlakı, örf ve adetleriyle örnekleri, töre ve yasaklarıyla ahlakı, asil evlatları, asil kızları yetiştirmiştir. Milli eğitim, örf ve adet dersi, ahlaki eğitimin çok güvenilir ve harika bir yol olduğunu göstermiştir (Абишова, 2016). Bu yolda vatanseverlik, kahramanlık, cesaret, cömertlik,

<sup>1</sup> Öğr. Görevlisi, Hoca Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi, Filoloji Fakültesi, Türk Dili Bölümü, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5257-1935>

yardımseverlik ve yüksek ahlaki değerler aşılandı. Kahraman yazar B. Momyshuly, Büyük Vatanseverlik Savaşı sırasında şöyle yazmıştır: "Savaş deneyimlerimden, bir askerde savaşçı ruhunu eğitmede askeri yolun ve halkların ulusal geleneklerinin büyük önemine ikna oldum." Bu nedenle örf ve adetlerin Kazak halkının sarsılmaz hukuku olduğunu kabul etmek yerinde olur (Eralın & Eralina, 2006; Жайлауова & Бекешова; Махметов & Күлейменова, 2016).

### **Kazak Halkının Kadim Gelenekleri**

Vatanına ve kardeşlerine bağlı bir vatandaş, göbek bağı kanının döküldüğü vatanına döndüğünde, halkı, akrabaları ve dost vatandaşlar onu o yerin toprağına gömerlerdi. Uzun süre memleketinden uzak kalan bir kimsenin memleketine döndüğünde yerde "yuvarlanması" geleneğidir. Bunun çok anlamı var. Birincisi, "Burada doğdun, unutma, çocukluk borcunu öde." İkinci öğreti şudur: "Vatanınızın, anne babanızın güzel nitelikleri kalbinizde ve zihninizde kalsın." Her halükarda, "Sen memleketinin evladısın" yüce anlayışını dile getiren bu güzel halk geleneğinin, vatanseverlik duygularını ve inancını artırmada büyük bir eğitici işlevi olduğunu görmek zor değildir (Серікбаева, Байгунова, & Байсымакова, 2019).

Ağza tükürme – Bebeklerin ağzına tükürme, efsanevi şairler ve hatipler, dansçılar ve büyükler tarafından yapılan eski geleneksel ritüellerden biridir. Bu durum, dini bir inanç olduğu için ülke içinde hâlâ uygulanmakta ve sıkça dile getirilmektedir. İcrası bir jest şeklinde, sadece ağza tükürme hareketi şeklinde yapılır. Halkımızın batıl inanç ve hurafelerine göre, yukarıda adı geçen kişilerin fazilet ve kabiliyetlerinin bebelere ve küçük çocuklara aktarıldığı anlayışı vardı (Иманбекова & Бәбітаева; Турдалиева, Байгунова, Отарбаева, & Содовская, 2020).

Eşçe binmek – Kazak geleneğinde, bebekler çocukluğun ilk evresine ulaştığında ilk önce cinsiyetlerine göre kız ve erkek olarak ayrılırlar: kıza sarık takılır, kulak delme törenleri yapılır ve kız gibi giydirilir. Ayrıca erkek çocukları sünnet edip damgaladılar; bunlar arasında ilk özel at binme töreni de vardı. Eski zamanlarda erkekler hayatlarının büyük bir kısmını at sırtında geçirirlerdi. İşte bu yüzden çocuğunuzun ağzını açmadan uyumasına izin vermeniz çok önemlidir. Çünkü bu gelenek genç erkek çocuklarına ata binmeyi, gerçek adam ve yetişkin olmayı öğretiyordu. Geçmişte ata binmeyi bilmeyen bir çocuk, gelecekte adam denmeye layık görülmezdi. İşte bu yüzden bu ritüeli gerçekleştirmek her anne babanın göreviydi (Kalelkhanuly, 2017; Карасаев, 2021).

Bastangı Kazak halkının kadim bir geleneğidir. Bir ailenin büyükleri herhangi bir sebeple seyahate çıktıklarında, köyün gençleri o aile evinde toplanırlar. Yapılacak ilk iş kız için düğün organizasyonunun aile içinde yapılmasıdır. Kızın önceden anne ve babasından izin alması gerekir. Ancak izin verilirse ilki organize edilebilir. Kızın anne ve babası, onun ilk olacağını bildikleri için hayvanları hazırlarlar. Bastangy'ye gelen köyün gençleri yanlarında sarkıt ve yiyecek getirirler. Bu buluşmaya sanatçılar da geldi. Gelen oğlanlar koyunları kesecek, kızlar da sofrayı kuracak. Hayvan kesildikten ve sofraya kurulduktan sonra herkes sofranın etrafında toplanır. Masada toplanan gençler şarkılar söylüyor, oyunlar oynuyor. Oyunlar arasında altıbakan ve aksuek sıkça oynanır. Bu oyunlar çoğunlukla geceleri oynanırdı. Altıbakan'da genellikle birbirlerine olan duygularını ifade etmek isteyen bir kız ve bir erkek ikili olarak bir araya gelirdi. Altı bacaklı uçurtmalarını sallayıp birbirlerine şiirlerini, sırlarını anlatıyorlar. Sanatçılar dombra eşliğinde şarkılar söyledi. Üzerlerine hediye olarak bir de cübbe örterlerdi. Gençler, partiye neşe katmak için şarkılar söyleyip dans ettiler. Şiirler okuyup tartıştıktan sonra ilginç hikayeler anlatır, terbiye sınırlarını aşmadan şakalaşırlardı. İlki gece saatlerinde başlayıp sabaha kadar devam etti. Toplananlar birbirlerine fısıldaşarak hikayeler anlatıyorlardı. Gençlik buluşması şafak vakti sona ererdi. Eskiden Kazak gençleri boş zamanlarını bu şekilde değerlendiriyorlardı (Алтыбаев & Абдыкадырова, 2022; Иман, 2024).

Amengerin - dul bir kadının kayınbiraderi veya kocasının en yakın akrabalarından biriyle evlenmesidir. Bu durum Kazak toplumunda eski çağlardan beri bir ilke olmuş ve hukuki bir norm olarak yerleşmiştir. "Ağabey ölürse, küçük kardeş miras alır; küçük kardeş ölürse, gelin miras alır" ve "Kadın kocasını terk etse bile, yurdunu terk etmez" gibi atasözleri bu geleneğin kanıtıdır. Kadın kocasının çeyizinden vazgeçerse, ona çocuk veya mal verilmez, sadece istediği gibi evlenme özgürlüğü tanınır.

Umut - Kazakistan'ın bazı bölgelerinde, genellikle mevsimlik ot biçme sırasında ume çağırma geleneği vardı. Yardıma gelenlere verilen yemeğe "ume" adı verilirdi. Ume'nin yakınları hayvan bağışında bulundu, yiyecek bağışında bulundu ve diğer yardımlarda bulundu. Festival süresince organizatörler samanlığın üzerine ev inşa edip yiyecek hazırlıyorlar. Yemek yendikten ve afiyetle yendikten sonra parti adeta kutlamaya dönüştü (Бижанова & Даясова, 2024; Козгамбаева, 2020).

Basira - şanırakta bir erkek çocuk doğduğunda, o gün doğan tay veya taya "bebeğin yavrusu" adı verilmesi âdettendi. Kazak halkının anlayışına göre doğan çocuğun geleceği, ona verilen isimle yakından ilgilidir. Bu yüzden ne biniyorlar ne de satıyorlar.

Kayınbirader kalın kafalı - Kazak geleneğine göre, çeyiz ödenen bir gelinin ölümü halinde, gelinin kız kardeşiyle (kayınbiraderi) evlenmesi sırasında ödenen ek çeyize çeyiz denir. Bu ücret sadece damat ölen gelininden hırsızlık yapmışsa ödenir. Eski nişanlı soyulmamışsa başlık parası ödenmez. Gelin başlık parası, damadın baldızını elde etmek için önceki deve sürüsüne ek olarak dokuz deveden oluşacak şekilde yeni bir deve sürüsü ödenmesine verilen addır (СЫЗДЫКОВА & ПРИМКУЛОВА, 2024; Хайдаров, 2015).

### **Misafirperverlikle İlgili Gelenek Ve Görenekler**

Misafirperverlik Kazak toplumunda bir görev olarak kabul edilir. Bozkır halkı her zaman misafiri memnun etmek için elinden geleni yapardı. Bu nedenle yola çıkan her seyyah, Kazak topraklarının her köşesinde kendisiyle karşılaşacağını bilirdi. de rastlamak mümkündür. Bunlardan Misafir, misafire yiyecek ve içecek ikram etme geleneğidir. Kazak halkı uzun zamandan beri misafirperverliğiyle bilinmektedir. Kazaklar en lezzetli yemekleri her zaman misafirlere saklarlar. Konuklar üç tipe ayrılmıştı. "Özel misafir" - özel olarak davet edilen misafir, "ilahi misafir" - rastgele bir yolcu, "gezgin misafir" - beklenmedik bir misafir. Bir ev sahibinin herhangi bir nedenle misafirperverlik geleneğine uymayı reddetmesi durumunda (eski zamanlarda) kendisine para cezası verildiğini belirtmek gerekir. bazılarını sıralayalım (Самуратова & Гүлім, 2024).



Misafir, ev sahibinin ve misafirin fedakarlığını dile getiren bir neşe simgesidir. Ev sahibi, misafirden otelde kendisine söylemesini isteme hakkına sahiptir. Bu, "şiir söyle, sanat icra et" anlamına geliyor. İkincisi, geçmişte gençleri küçük yaştan itibaren şiir söylemeye, dövüş sanatları öğrenmeye, hitabet öğrenmeye, dombra çalmaya teşvik ediyorlardı. "Sekiz yönlü, tek sırlı" sanatçılar olarak büyümelerini desteklediler. Çünkü bunu otelde söyleyememek rahatsız edici bir durum. Düğün ziyafeti, bir yıldönümü dolayısıyla veya yıldönümü sırasında düzenlenen özel bir kutlama türüdür. Yemek sırasında sofraya oturmanın yanı sıra spor, müzik, şarkı yarışmaları (aitis) ve at yarışları da yapılır (Тыякбаева, 2018).

### **Bir Çocuğun Doğumu Ve Yetiştirilmesiyle İlgili Gelenek Ve Görenekler**

Şildekhana, Kazak halkının pek çok geleneğinden biri olan, bir çocuğun doğumunun onuruna yapılan bir kutlamadır, bir çocuğun doğumunun ilk kutlamasıdır. Kliniğimizi davetli veya davetsiz ziyaret edebilirsiniz. Misafirler: "Çocuğunuz (oğlunuz veya kızınız) "güçlü bağlı" olsun!" Beşikte yatırma, bir bebeğin ilk kez beşiğe yatırılması törenidir. Beşiğe davet edilen köyün kadınları şal ve örtülerini getirirler. Bir çocuğun ilk doğumu, örnek bir nesil yetiştirmiş değerli bir kadına emanet edilir. Bir veya iki kadınla birlikte beşiği donatırlar, bebeğin anneanesi veya büyükannesi de beşikteki açıklıktan çocuklara şeker dağıtır. Daha sonra beşik ateşe verilerek çocuk ayrılır. Beşikteki kadınlara elbise, eşarp gibi hediyeler verilir (Сагикызы, Шуршитба, & Жанабаева, 2021).

İsim verme, isim verme - yeni doğan bir bebeğe isim seçme konusunda Kazaklardan daha akıllı, daha becerikli insanlar yoktur. İsim verme batıl inançlara dayanır. Kazak geleneğine göre, küçük bir çocuk doğduğunda, ebeveynler çocuklarına en çok saygı duydukları ve onurlandırdıkları kişinin adını verirler.

Kırk günlük geçiş dönemi - Geleneksel çevrelerde, bir çocuğun doğumundan kırk günlük geçiş döneminin sonuna kadar olan "geçiş dönemi"nin ilk kırk günü tehlikeli ve tehlikeli kabul edilir ve yeni doğan bebek yanan mumlarla ve etrafı insanlarla çevrili olarak korunur. Çocuklarda kırklı yaşlara kadar "süt tırnakları" veya "göbek kılları" çıkmaz. Kırk gün yaşayan bir bebek "kara gözlü bebek" olarak kutlanır ve "kırk günlük serbest bırakma" kutlaması yapılır. Seçilen günde akrabalar ve köyün kadınları evde toplanır. Bu ritüele erkekler dahil değildir. Toplanan davetliler arasından ülke tarafından saygı duyulan ve değer verilen üç kadın seçilecek. Biri tırnaklarını, diğeri saçlarını yoluyor. Üçüncüsü, kırk kaşık suyla bebeğin vaftizini yapar. Kaynayan su soğutulur ve içine kırk tane fasulye veya başka tahıl ve gümüş paralar katılır. Bebek bu suya konur ve çocuğun başından vücuduna doğru kaşıkla sayılarak kırk kaşık su dökülür (Қаныша; Мырзахмет, Алпысбаева, & Данабекова, 2024).

Bebek duşu, çocuğun daha çabuk yürümesini sağlamak amacıyla yapılan bir ritüeldir. Çocuğun emekleme durumundan ayağa kalkmaya (iki ayak üzerinde durma) geçmesi ve yürümeye yakın olması durumunda yapılır. Bir çocuğun doğumunu kutlamak için özel, küçük bir düğün düzenlenir. Çocuğun ayakları geleneksel olarak renkli iplerle bağlanır. Bu, "kimseyi incitmemek, siyahla beyazı ayırt edebilmek, dürüst bir vatandaş olmak" amacıyla yapılır. Sunumu yapacak kişi çocuğun anne ve babası tarafından seçilir. Bu tören çoğu zaman çok çocuk sahibi erdemli bir anneye ya da saygıdeğer ve şerefli bir büyükanneye emanet edilir. Çocuğu dünyaya getiren kişinin çevik ve hızlı

hareket eden biri olması gerekir. Çünkü bizim insanımız bu özelliklerin çocuğa geçeceğine inanır (Аралбай, Ази, Дағарова, Абдрахманова, & Ахатова, 2023).



Sünnet - Yaygın inanışa göre, bir erkek çocuğu tuhaf bir yaşta sünnet edilir. Yani üç yaşında, beş yaşında, yedi yaşında, dokuz yaşında, hatta daha sonra on üç yaşında. Bu yaş geciktirilmemeli. Bir çocuğun sünnet edilmesi onun sivil hayata adım atması anlamına gelir. Sünnet, saflığın, iffetin ve Müslümanlığın alametidir. Kazak geleneğine göre, çocuğun amcaları, "Sen gerçek bir vatandaş, Müslüman oldun" diyerek onu ata bindirir, dedesi ve ninesi de ona çeşitli hediyeler verirlerdi (Ермекова & Жанабаева, 2022).



### **Hediye vermeyle ilgili gelenek ve görenekler**

Suinshi, eve iyi haber getiren bir yolcuya teşekkür etmek amacıyla ev sahiplerinden değerli bir hediye alma geleneğidir.

"At üstünde cübbe giymek" büyük bir şereftir. Geleneksel olarak, köyü ziyaret eden bir şair, bir kahraman veya çok saygı duyulan bir kişi olabilen onur konuğuna, hizmetlerinin bir takdiri olarak yerli halk tarafından bir at ve pahalı bir şapan (deve tüyünden yapılmış bir kaftan) verilir (Osmanlı).

Beş hediye, aynı anda beş değerli eşyanın bir araya gelmesiyle oluşan hediyedir. İçerisinde siyah nar, hızlı bir at, değerli bir halı, elmas bir kılıç ve samur boynuzu bulunmaktadır. Kazak toplumunda en saygın kişilere "ata binme ve pelerin giyme" gibi beş kez ödül veriliyor.

Baigazy, Kazak geleneğinde büyüklerin küçüklere, genellikle de çocuklara verdiği bir hediyedir. Ergenlik çağındaki gençler, kızlar ve erkekler yeni bir kıyafet giyecekleri veya yeni bir eşya alacakları zaman çoğunlukla kardeşlerine, ablalarına, anne babalarına ve yakın akrabalarına danışırlar. Büyükler Baigazy (para, sığır vb.) vererek tebriklerini ve iyi dileklerini iletirler.

### **Evlilikle ilgili gelenek ve görenekler**

Kazaklar yedi kuşaktan küçük akrabalar arasındaki evlilikleri kesinlikle yasaklar. Böyle bir yasak akraba evliliğini önlemeye yardımcı olur ve sonuç olarak gelecek nesillerin sağlığı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Kazak (Ospanuly) genel olarak önemli bir gelenek olarak kabul edilir.

Eski zamanlarda iki ailenin nişanı baykuş takma ritüeliyle başlardı. Beşikteki kız çocuklarına da baykuş takmak (eğer kıza baykuş ismi verilmişse) adetti. Baykuş takan bir kız meşgul demektir. Baykuş takmak için erkek tarafından 4-5 kişi kızın evine gider. Kıza nikah yüzüğü takıldıktan sonra taraflar anlaşarak nişanın kesin tarihi belirlenir. Eskiden kızlar küpe takardı, şimdilerde ise küpe takıyorlar. Kızın süttan kesilmesinin ardından her iki taraf için de önemli bir an başlar: Nişan. Nişan törenine gelin tarafından yedi kişi katılır. Günümüzde evlenenlerin sayısı artmıştır. Eskiden düğünlere çok sayıda insanın katılması ayıp sayılırdı. Ailenin en nüfuzlu kişisine sağdıç denirdi. Çocuğun babası damat sayılır. Erkek tarafındaki büyük kardeşlere "damat", büyük kardeşlere "damat", küçük kardeşlere ise "damat kadın" denir. Kız ve oğlanın küçük kardeşleri nişanlanacaktır (Берманова, 2015).

Her iki taraf da bir araya geldikten sonra düğün eğlencesi başlar. Kade, özel gelenekler dizisidir. İlk kade, "gelinlik giymek"tir, birbirlerine saygı göstergesi olarak, gelin ve damat elbise giyerler, vb. pahalı eşyalar hediye etmek. Yapılacak ikinci el işi ise "Ölü ya da Diri"dir. Ölü ve diri hayvanlar ruhları memnun etmek için kesilir. İki taraf arasındaki akrabalığın devamı için ölü ve diri önünde yemin etmek amacıyla hayvan keserler. Kesilen hayvanın eti daha sonra gelin ve damat arasında paylaşılır.

Kuyruk sallandırma, Kazaklara özgü olup, düğün ve nikahlarda yapılan en önemli ve temel geleneklerden biridir. İşte bu yüzden halk arasında "Domuz kuyruğu mu yedin, yoksa nişanlandın mı?" diye bir söz vardır.

Kız Uzaması, bir erkekle bir kadın arasındaki evliliğin başlangıcını, iki kişi arasındaki bağı ve akrabaların ve toplumun bir nimetini simgeleyen uzun

yıllardır devam eden bir gelenektir. Gelin verme geleneği sadece bu cümleyle sınırlı değil. Gelecekteki eş olarak bir kızı seçerken uyulması gereken bazı zorunlu kavramlar ve adımlar vardır (Uskenbaeva & Zhanysbekova, 2023).



Gelin seçme, Kazak halkının önemli bir geleneğidir. Aile kurmak isteyen gençler için önemli bir adım olarak kabul edilir. Eskiden gelin olma geleneğine köyün tamamı katılırdı. Kalabalık bir topluluk olurdu. Geline özel makyaj yapıldı. Köylüler gelin için bir ev yaptılar. Bir aileyi, çocuk sahibi, çocukları büyümüş, yetişkin olmuş, iyi eğitilmiş bir anne yetiştirmelidir. Gelin köye vardikten sonra yüzüne bir duvak örtülür. Daha sonra yüzünü kimseye göstermeden kayınpederinin evine götürür. Gelin evin eşiğinden sağ ayağıyla geçmelidir. Daha sonra büyükbabasını selamlar. Büyükbabası onu selamladıktan sonra gelini kutsar. Dedesi dua ettikten sonra gelin ateşe odun atıyor. Bu da Kazaklara özgü bir hurafedir. Bu ritüel, "Yeni evli gelin, yağ gibi eve emilsin" denilerek yapılır. Daha sonra gelin, özel olarak yapılmış beyaz bir ottovaya oturtulur ve üzerine tütsüler serpilir (Мүсілімқызы, 2017).

Betaşar, gelinin evlenmesi sırasında yapılan özel bir gelenektir. Gelinin yüzüne bir eşarp örtülür ve dikilmiş elbisenin kolları dışarı çıkarılır. Daha sonra özel davetli bir zhurau gelir. Düğüne gelen damat, hem yakın hem de uzak akrabalarını, düşsel, şiirsel bir üslupla, türküler ve şarkılar söyleyerek anlatır. Adı geçen akrabalar geline hediye olarak para ve eşya verirler. Bu durum aynı zamanda aile kurmayı planlayan gençler için de büyük bir yardım olarak değerlendiriliyor. Çünkü Kazak atasözünde şöyle bir söz vardır: "Evlenmek kolaydır, yuva kurmak zordur." İki gencin evlenmesini kolaylaştırmak için akrabalar hediyeler verirler. Daha sonra sunumun ikinci bölümü başlıyor. İkinci bölümde ise yeni evli kadının evdeki sorumlulukları, işi, akrabalarıyla ilişkileri,

hal ve hareketleri, büyüklerine, dostlarına ve misafirlere karşı saygısı ele alınır. Nezaketli ve nazik olmak, dedikodu yapmamak, kendinden büyüklere saygı göstermek, ev işlerini şikâyet etmeden yapmak gibi emirler verilir. Betaşar okunduktan sonra şarkıcı eyerlenir ve üzerine bir pelerin örtülür. Betaşar bittikten sonra düğün başlar (Мухамедин & Төлеуов, 2020).

### **Sonuç**

Kazak halkının birçok gelenek ve görenekleri vardır. Bunların hepsi çeşitli inanç ve hurafelere dayanmaktadır. Her geleneğin ardında iyi niyet vardır. Kazak geleneklerinin tümünün kökeni sevinç, iyi haber iletmek ve iyi bir işi duyurmakla ilgilidir. Bereket ve birlik sağlamak, sevinçleri paylaşmak, gelecek nesillere mutluluk ve refah dilemek, hayır duası etmek, kendi aile fertleriyle, akrabalarla, kayınvalidelerle ve bütün milletle bir araya gelmek amaçlanır.

Halkımızın milli şuurunu nasıl uyandırabilir, milli geleneklerimizi nasıl yüceltebiliriz? Herkesin bu hedefe ulaşma şekli farklıdır. Ve bu yazılar sayesinde sınıf arkadaşlarımda Kazak gelenek ve göreneklerine karşı ilgi uyandırabildiğime, Kazak halkının gelenek ve göreneklerinin eğitimsel değerini anlamalarına yardımcı olabildiğime ve onlara ahlaki ve etik değerler aşılayabildiğime inanıyorum. Kazak halkının vatansever torunları olarak, neslimize ve milletimize öğrettiğimiz geleneklerimizi unutmadan, adımızı duyurmaya devam etmek her birimizin görevidir. Eminim ki söyleyeceklerim bazılarını sadece söz olarak kalacak, bazılarını da kırbaç gibi vuracak. Eğer her Kazak'ın zihnine ışık tutabilir, az da olsa düşünceye ilham verebilirim, bu benim milli geleneklerimizi tanıtmaya yolundaki ilk başarılarımdan biridir. "Millet olmak istiyorsan beşiğini onar" atasözünde de denildiği gibi, vatan sevgisi öncelikle gelenekleri onarmakla başlamalıdır. O zaman milletimizin her ferdi kendi örf ve adetlerini bilecek, örf ve adetlerini bilmemiz de tarihimizi bilmemize yardımcı olacaktır. Tarihini bilmek vatanını bilmektir.

## Қауыпқа

- Eralin, K., & Eralina, G. (2006). Бейнелеу өнеріндегі қазақ салт-дәстүрінің көрінісі. *Türkoloji*(22), 63-65.
- Kalelkhanuly, N. (2017). Қазақ халқының жыршылық өнері. *Вестник КазНУ. Серия филологическая*, 168(4), 22-28.
- Kunanbay, K., & Kabden, M. (2008). Қазақ халқының ұрпақ өсіру ұлттық салт-дәстүрі. *Türkoloji*(37-38), 71-80.
- Ospanuly, E. Қазақ халқының салт-дәстүрлері: балалық шақ, үйлену= Kazakh national traditions and customs: childhood and marriage= Казахские народные обычаи: детство, женитьба. (No Title).
- Uskenbaeva, R., & Zhanysbekova, E. (2023). Қазақ мифологиясындағы жылқы бейнесі. *Bulletin of the Karaganda university. Philology series*, 112(4), 89-96.
- Абишова, Ш. (2016). Салт-дәстүр мен телевизия. *Central Asian Journal of Art Studies*, 1(4).
- Алтыбаев, С., & Абдыкадырова, Т. (2022). Қазақ халқының ұлттық ойындары мен спорттық лексиканы оқыту жолдары. *Известия. Серия: Педагогические науки*, 65(2).
- Аралбай, С., Ази, Е., Дагарова, Ж., Абдрахманова, К., & Ахатова, А. (2023). Көшпенді қазақ дәстүріндегі әйел болмысы—ұлттық кодымыздың негізі ретінде. *Вестник Карагандинского университета Серия История. Философия*, 110(2), 265-272.
- Бегманова, Б. (2015). Мұқағали Мақатаев және қазақ поэзиясындағы дәстүр мен жаңашылдық, әдеби зерттеу. *Алматы: Дәстүр баспасы*.
- Бижанова, А., & Дауесова, А. (2024). Қазақтардың отбасылық-тұрмыстық салт-дәстүрлеріндегі этникалық-киелі параллельдер. *Батыс Қазақстан инновациялық-технологиялық университетінің Хабаршысы*, 30(2), 43-50.
- Еришева, Т. (2015). Қазақ халқының салт-дәстүрлеріндегі аймақтық ерекшеліктер. *Редакция алқасы*, 96.
- Ермекова, Т., & Жанабаева, Н. (2022). Қызға қатысты этнографизмдердің танымдық сипаты. *Вестник евразийского гуманитарного института*(3), 25-39.
- Жайлауова, Г., & Бекешова, Р. Қазақ халқының дүниетанымындағы «ер» концептісі. *ББК 81.2 с73*, 73.
- Иман, а. (2024). Қазақ халқының туыстық қарым-қатынас ерекшелігі және бүгінмен байланысы. *ББК 83.3 (5Қаз) Қ11*, 440.

- Иманбекова, Б., & Бәбітаева, Ә. ӘОЖ 364: 398 қазақ жастарының әлеуметтенуіне салт-дәстүрдің әсері. *Қазақ мемлекеттік қыздар педагогикалық университетінің хабаршысы*, 49.
- Карасаев, Ғ. (2021). Қазақтардың шығу тегі, тұрмысы, салт-дәстүрі, сенімі хііі-хх ғасыр басындағы батыс, орыс зерттеушілері шығармаларында. *Қоғам және дәуір*, 70(2), 36-60.
- Козгамбаева, Ғ. (2020). Қазақ халқыныңдағы «жеті ата» дәстүрі. *Вестник КазНПУ имени Абая. Серия: Исторические и социально-политические науки*, 65(1).
- Қабылбаева, Ж. (2010). Қазақ халқының салт-дәстүрлері. *Инновации в образовании (Казахстан)*(2), 47-49.
- Қаныша, Ж. *Қазақтың байырғы ырымдарына, әдет-ғұрыпқа қатысты қойылатын есімдер ерекшеліктері*. Paper presented at the оргкомитет конференции.
- Махметов, Т., & Күлейменова, Л. (2016). Ұлы дала елінің салт-дәстүрі мен ойындары. *Академик НАН РК Газалиев АМ*, 29.
- Мухамедин, М., & Төлеуов, Е. (2020). Қазақ халқының бала тәрбиесіне қатысты салт-дәстүрлік әрекеттері. *Qazaqtaný*(8), 132-137.
- Мүсілімқызы, Б. (2017). Исторические истоки физического воспитания казахской нации. *Вестник КазНУ. Серия историческая*, 86(3), 86-91.
- Мырзахмет, Ғ., Алпысбаева, Ғ., & Данабекова, Д. (2024). Қазақ халқының дәстүрлі дүниетанымының бастаулары мен қазіргі қоғамдағы рөлі (тарихи талдау). *Вестник Карагандинского университета Серия История. Философия*, 11529(3), 146-151.
- Ормолдаева, М., Байгунова, Д., & Төлеуов, Е. (2019). Қазақ халқының тағылымы мол салт-дәстүрлері. *Qazaqtaný*(1), 131-136.
- Сагикызы, А., Шуршитба, М., & Жанабаева, Д. (2021). Қазақ мәдениетіндегі ізгілік-этикалық тәрбие мәселесі. *Вестник Карагандинского университета Серия История. Философия*, 103(3), 179-187.
- Самуратова, Т., & Гүлім, Е. (2024). *Қазақ дәстүрлі өнерінің қолдану жолдары*. Paper presented at the Publisher. agency: Proceedings of the 8th International Scientific Conference «Scientific Results»(November 7-8, 2024). Rome, Italy, 2024. 460p.
- Серікбаева, Қ., Байгунова, Д., & Байсымақова, А. (2019). Халықтық педагогикада салт-дәстүрлер мұрасының рухани құндылығы мен заманауи қажеттілігі. *Qazaqtaný*(4), 343-348.

- СЫЗДЫКОВА, Г., & ПРИМКУЛОВА, Г. (2024). Дәстүрлі қазақ қоғамындағы әменгерлік салты. *Turkic historical studies (pISSN: 3007-6358/eISSN: 3007-6366)*, 1(1), 49-60.
- Турдалиева, Ш., Байгунова, Д., Отарбаева, Б., & Содовская, В. (2020). Қазақ мерекелері мен салт-дәстүрлерінің дамуы. *Оңтүстік қазақстан ғылым жаршысы вестник науки южного казахстана south kazakhstan science herald*, 116.
- Туякбаева, А. Ш. (2018). Қазақ кино өнеріндегі салт-дәстүрлер мен рухани құндылықтардың көрінісі/Философия докторы (PhD) дис. In: Алматы.
- Хайдаров, Е. (2015). Қазақ хандығы–қазақ мемлекеттілігінің негізі.

# Bölüm 9

## Turistik Rotalar, Rus Dili ve Uluslararası Turizmin Gelişimi: Mersin Şehri Sakinlerinin Görüşleri

Ömer BİÇER<sup>1</sup>, Svetlana KONDRATEVA<sup>2</sup>

### Özet

Makalede, Mersin şehrinde uluslararası turizmin gelişim perspektifleri, turistik rotalar, yerel halk arasında Rusça bilgisi ve bu dilin talep edilişliği üzerinden ele alınmıştır. Türkiye'nin Mersin şehrinin araştırma modeli olarak seçilmesi birkaç nedene dayanmaktadır. İlk olarak, Türkiye'nin dünyadaki önemli turistik destinasyonlardan biri olarak öne çıkmasıdır. İkinci olarak, Türkiye'nin Rus vatandaşlarının yurtdışına organize turizm için tercih ettiği önde gelen destinasyonlardan biri olmasıdır. Üçüncü olarak, Türkiye Cumhuriyeti'ne gelen turist akışında Rusça konuşan turistlerin yüksek oranda bulunmasıdır. Araştırma, incelenen problematik üzerine yapılan bilimsel çalışmalara ve ayrıca yazarlar tarafından Aralık 2022 ile Şubat 2023 arasında Mersin şehrindeki yerel halk arasında (143 kişi) ve Mayıs-Haziran 2024'te Mersin Üniversitesi'nin turizm bölümü öğrencileri arasında (339 kişi) Türkçe olarak gerçekleştirilen iki sosyolojik anketin verilerine dayanmaktadır. Yapılan araştırma, yerel halkın görüşüne göre Rusça bilgisinin Mersin şehrinde uluslararası turizmin gelişimi için büyük önem taşıdığını ortaya koymuştur. Turizm, otelcilik sektörü ve yiyecek-içecek hizmetlerinin, Mersin gibi bir liman şehri olmasına rağmen, yerel halkın Rusça öğrenme motivasyonunda önde gelen mesleki uygulama alanları olarak öne çıktığı gösterilmiştir. Ayrıca, yerel halkın görüşüne göre turizm, bu şehrin ekonomik gelişimi için önemli bir yön olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra, yerel halkın görüşü, Rusça bilgisinin Rusça konuşan turistlere hizmet sunmada büyük bir rol oynadığını göstermektedir. Vurgulanmalıdır ki, sosyolojik

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi Filoloji Bilimleri Doktoru, Yabancı Diller Meslek Yüksekokulu, Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye Cumhuriyeti, ORCID 0000-0001-6169-6038, e-posta omerminsk33@gmail.com

<sup>2</sup> Ekonomi Bilimleri Doktoru, Kıdemli Araştırmacı, Rusya Bilimler Akademisi Karelian Bilim Merkezi, Petrozavodsk, Rusya Federasyonu, ORCID: 0000-0001-8832-9182, Scopus: 57190860233, ReserchID: H-3097-2015,svkorka@mail.ru

anketlerin farklı zaman dilimlerinde ve farklı katılımcı gruplarıyla yapılmasına rağmen, cevaplar neredeyse aynı veya çok benzerdir. Bu durum, Mersin şehrinin Rusça konuşan turistleri ağırlamaya hazır olduğuna dair yerel halkın gözünden gerçek bir tablo elde ettiğimizi doğrulamaktadır. Sonuç olarak, uluslararası turizmin gelişiminde, bölgenin doğal ve kültürel-tarihi mirasını daha rahat ve kapsamlı bir şekilde keşfetmeyi sağlayan gününbirlik ve çok günlük turistik rotalar önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda, Rusça konuşan turistlere hizmet vermeyi hedefleyen farklı tematik odaklı turistik rotaların tasarlanması ve geliştirilmesi, Mersin ilinde turizmin gelişimi için umut verici bir yön olarak görülmektedir. İleriki araştırmalar, uluslararası (Rusça konuşan) turistler için çekici noktaların belirlenmesine ve Mersin ilindeki turistik rota ağının geliştirilmesine yönelik önerilerin oluşturulmasına odaklanacaktır.

**Anahtar kelimeler:** turistik rota, Rus dili, turizm gelişimi, Mersin, turist.

### **Abstract**

The article considers the prospects for the development of international tourism in the city of Mersin through the prism of tourist routes, knowledge and demand for the Russian language among the local population. The choice of the Turkish city of Mersin is determined by several reasons. Firstly, Turkey has the leading position as one of the significant tourist destinations in the world. Secondly, the leading role of the Turkish destination in the choice of Russian citizens as a destination for organized outbound tourism abroad. Thirdly, a high share of Russian-speaking tourists in the inbound tourist flow of the Republic of Turkey. The study is based on scientific developments on the issue under study, as well as data from two sociological surveys conducted by the authors among the local population of the city of Mersin. The first was conducted from December 2022 to February 2023 (143 people) and the second - among students of the tourism faculty of Mersin University in May-June 2024 (339 people). Both survey were conducted in Turkish. Our research allowed to reveal the high importance of knowledge of the Russian language for the development of international tourism in the city of Mersin according to the local population. It is shown that tourism, the hotel business, and public catering occupy leading positions as possible areas of application of professional competencies when choosing the Russian language for study by the local population, despite the non-resort direction of the Mediterranean port city of Mersin. Tourism also seems to be an important area of economic development of this city according to the local population. In addition, the opinion of the local population shows the high role of knowledge of the Russian language in serving Russian-speaking tourists. It should be emphasized that, despite the different time periods of conducting

sociological surveys, as well as different groups of respondents, the answers are almost the same or very similar. This can serve as confirmation that we have received a real picture of the readiness of the city of Mersin to receive Russian-speaking tourists in the eyes of the local population. Summing up, existing tourist routes, both one-day and multi-day, occupy a significant place in the development of international tourism, allowing you to comfortably and more fully get acquainted with the natural, cultural and historical heritage of the region. In this regard, the design and development of a network of tourist routes of various thematic focus, taking into account the service of Russian-speaking tourists, is a promising direction for the development of tourism in the province of Mersin. Further research will be aimed at identifying promising points of attraction for international (Russian-speaking) tourists in order to develop recommendations for the development of a network of tourist routes in the province of Mersin.

**Keywords:** tourist route, Russian language, tourism development, Mersin, tourist

## Giriş

Turizmin gelişim imkanları büyük ölçüde bölgenin turistik ve rekreasyonel potansiyeli, turistik ve diğer altyapının gelişmişlik düzeyi tarafından belirlenir. Mevcut turistik rotalar, hem güneylik hem de çok günlük olanlar, bölgenin doğal ve kültürel-tarihi mirasını daha rahat ve kapsamlı bir şekilde keşfetmeyi sağlayarak önemli bir yer tutar. Bu bağlamda, farklı tematik odaklı turistik rota ağlarının tasarlanması ve geliştirilmesi, bölgesel turizmin gelişimi için umut verici bir yön olarak görülmektedir. Ayrıca, bu rotalar, bölgelerin doğal ve kültürel-tarihi potansiyelinin korunması, yeniden üretilmesi ve popüler hale getirilmesi ile girişimcilik faaliyetlerinin canlandırılması için bir araç olarak sunulmaktadır (Stepanova S.V., 2017). Bu iddialar, hem iç turizmin hem de uluslararası turizmin gelişimi için geçerlidir. Ancak, uluslararası turizmden bahsediyorsak, turistlerin (hem organize hem de bağımsız) kendilerine alışkın oldukları bir dilde hizmet almalarının önemi büyük ölçüde artar ve dünya genelindeki turizm merkezlerinin işleyiş pratiği bunun açık bir kanıtıdır (Kondrateva S.V., Biçer O., 2024b). Türkiye'nin bu araştırma için seçilmesi, bir yandan bu ülkenin dünyadaki önemli turistik destinasyonlardan biri olarak öne çıkmasından kaynaklanmaktadır. Diğer yandan, Rus vatandaşlarının yurtdışına organize turizm için tercih ettiği önde gelen destinasyonlardan biri olmasıdır. Üçüncü olarak, Türkiye Cumhuriyeti'ne gelen turist akışında Rusça konuşan turistlerin yüksek oranda bulunmasıdır. Bu makalede, Mersin şehrinde uluslararası turizmin gelişimi, turistik rotalar, Türk turizminde Rusça bilgisi ve bu dilin talep edilişi perspektifinden ele alınacaktır.

## **Teorik Kısım**

### **Turistlere Rusça Hizmet Vermek**

Yurt dışı ülkelerde Rus dilinin yaygınlaşması ve öğrenilmesi ile ilgili olarak dilbilim, coğrafya, ekonomi, kültür bilimi ve diğer bilim dallarında yeterli sayıda araştırma birikmiş olduğunu belirtmek gerekir. Aynı zamanda, turizm iş alanında Rus dilinin kullanımının önemini ve turizm hareketliliğinin kabul eden topluluk tarafından yaygınlaşması ve öğrenilmesi üzerindeki etkisini ortaya koyan çalışmaların sayısı sınırlı kalmaktadır (Kondrateva S.V., Bicher O., 2024a, 2024b). Aneta Pavlenko'nun (Filoloji Bilimleri Doktoru, Temple Üniversitesi Uygulamalı Dilbilim Fakültesi Eğitim Bölümü Profesörü, Philadelphia, ABD) çalışması önemli görülmektedir; bu çalışmada bilim insanı, "Rus dilinin, yurt dışı hizmet sektöründe İngilizceden sonra en çok talep edilen ve yaygın dillerden biri haline geldiğini" göstermektedir (Pavlenko A., 2016). Son yıllarda modern araştırma yönlerinden biri, küreselleşme çağında dilin metalaştırılması veya "dillerin emtia (commodity) haline getirilmesi"nin incelenmesi haline gelmektedir (Heller M., A. Duchêne A., 2006; Heller M., A. Duchêne A., 2012; Pavlenko A., 2016; Kondrateva S.V., Bicher O., 2024a). Diğer çalışmalar arasında, Profesör Sebastian Muth'un (Fribourg Üniversitesi Çok Dillilik Enstitüsü, İsviçre) araştırması belirtilmelidir; bu çalışmada, turizm iş alanı da dahil olmak üzere Rus dilinin metalaştırma uygulamaları özetlenmiş ve ikincisinin "değerli bir iletişim kaynağı" olarak popülaritesindeki artış gerekçelendirilmiştir (Muth S., 2017. s. 476). Delhi Üniversitesi (Hindistan) Slav ve Fin-Ugor Çalışmaları Bölümü Başkanı, Filoloji Bilimleri Doktoru, Profesör Suryanarayan N.'nin çalışmalarında, öğrencilerin istihdam olanaklarını ve gelecekteki mesleki gelişimlerini genişletmede Rus dilini öğrenmenin umut vericiliği, tıbbi turizm alanında Rus dilini öğrenmeye yönelik artan motivasyon gösterilmiş ve "Hindistan'da Rus dilinin metalaştırılmasının belirgin bir fenomen haline geldiği" ortaya konulmuştur (Suryanarayan N., 2017a; 2017b).

Avrupa örnekleri arasında, Finlandiya ve İspanya'nın deneyimi ilgi çekicidir. Örneğin, H. Viimaranta, E. Protassova ve A. Mustajoki'nin (Helsinki Üniversitesi, Finlandiya) ortak çalışmasında, yerel işgücü piyasasında ve özellikle turizm ve hizmet sektöründe Rusça bilmenin avantajı belirtilmektedir. Araştırmacılar, Rus turistlerin anadilleri Rusça'da hizmetlere yönelik tercihinin vurgulayarak, bunun "Rusça konuşan göçmenlerin ve Rusça konuşan nispeten az sayıdaki Finlinin istihdam beklentilerini önemli ölçüde iyileştirdiğini" belirtmektedir (Viimaranta H., Protassova E., Mustajoki, A., 2017. s. 620). Finlandiya işletmelerinin COVID-19 pandemisi öncesinde Rus vatandaşlarının turist akışını güçlendirmek için aldığı somut önlemlere örnek olarak şunlar gösterilmiştir: "navigasyonun sosyalleştirici işlevi (Rusça yazılar); turistlere

Rusça hizmet verilmesi; Rusça bilgi ve turizm literatürünün yayınlanması; Rusça web sitelerinin geliştirilmesi ve işletilmesi" (Shlapeko E.A., Stepanova S.V., 2018, s. 110; Stepanova S.V., 2019. s. 583). Yurt dışı turizm destinasyonlarının olumlu örnekleri, hizmetlerinin reklamında Rus dilini kullanmanın önemini göstermekte, yeni müşteriler çekerek ve mevcut müşterileri elde tutarak ek kârı artırmaktadır (Kondrateva S.V, Bicher O, 2024b, s. 79).

Türkiye Cumhuriyeti'ne dönecek olursak, ülkeye gelen uluslararası turist akışında Rusça konuşan turistlerin (çoğunlukla Rus vatandaşları) yüksek payına rağmen, Rus dilinin yaygınlaşması, metalaştırılması ve diğer yönleri üzerine yapılan araştırmaların oldukça sınırlı olduğunu belirtmek gerekir. İncelenen konuya ilişkin mevcut bilimsel çalışmalar, incelenen olayın çeşitli yönlerini ortaya koyan iki ana yöne ayrılabilir (Kondrateva S.V, Bicher O, 2024 b, s. 80):

- Türkiye Cumhuriyeti'nde Rus dilini öğrenmenin tarihi yönleri;
- İlgili bölümlerin faaliyetleri ve Türk üniversitelerinde Rus dilini öğrenme pratiği.

Türk eğitiminde Rus dili araştırmacıları arasında K. Ünal (Mısır Kültür ve Dostluk Derneği, Mısır) (Unal K. A., 2021); Erciyes Üniversitesi Profesörü S. Üçgül (Uchgul S., 2018); Çoruh Üniversitesi Doktor Doçenti H. Karacan (Karadgan H., 2018), 18 Mart Çanakkale Üniversitesi Turizm Fakültesi Doçenti M.L. Stoyanova (Stoyanova M.L., 2017) ve diğerleri sayılabilir. Devletin öncelikli turizm faaliyet alanı ve Rusça konuşan turistlerin yüksek payı göz önünde bulundurulduğunda, turizmin Türkiye Cumhuriyeti'nde Rus dilini öğrenme pratiğinin oluşmasında teşvik edici bir faktör olarak öne çıktığı neredeyse tüm araştırmacılar tarafından vurgulanmaktadır. Rus dilinin şu anda turizm ve konaklama sektöründe profesyonel kadro yetiştirme programına dahil edildiğine dikkat çekmek gerekmektedir (Kondrateva S.V, Bicher O, 2024a, 2024b). Örneğin, St. Petersburg Devlet Politeknik Üniversitesi Büyük Peter'in araştırmacılarının, Rus ve Türk yazarların bilimsel çalışmalarına, resmi web siteleri ve medyadan elde edilen bilgilere dayanarak, son otuz yılda Rus dilinin ve Rus kültürünün yaygınlaşmasının analizine odaklanan ortak çalışmada, "Türk nüfusu arasında Rus dilinin daha geniş perspektifleri" sonucuna varılmıştır (Pogodin S.N., Tuana M., Tuana E.N., 2022, s. 76).

### **Materyaller Ve Veriler**

Araştırma alanı olarak, Türkiye Cumhuriyeti'nin güneyinde yer alan ve Akdeniz kıyısı boyunca onlarca kilometre uzanan Mersin şehri seçilmiştir (Şekil 1). Şehir, 19. yüzyılın sonunda bir ticaret ve liman şehri olarak gelişmiştir

(Yılmaz, M., 2022; Karaoğlu, M., Sarıca, A., Kara G., 2022). Mart 2025 itibarıyla Mersin şehrinin nüfusu 700.736 kişidir (Mersin Nüfusu).



Şekil 1. Mersin Şehrinin İdari Bölgeleri

**Kaynak:** MERSİN Tarihçesi

Akdeniz'de yer alan Mersin ili, benzersiz doğal-iklimsel, tarihi-kültürel ve doğal kaynaklara sahiptir (Atasoy A., 2023). Ve Mersin şehrinin turistik olmayan gelişim karakterine rağmen, uzun kumlu plajlara sahip konforlu Akdeniz ikliminden başlayıp, örneğin Osmanlı İmparatorluğu döneminde inşa edilmiş Türkiye'nin tek kalesi olan Kızkalesi kalesi gibi doğal ve kültürel miras alanlarıyla sona eren turizm potansiyeli oldukça çeşitlidir. Mersin ilinin turizm potansiyelini ortaya koyan ilk çalışmalardan biri olarak, Mersin Üniversitesi'nden bir araştırma ekibi tarafından hazırlanan ve 2022'de yayınlanan bir dizi broşür gösterilebilir (Ercik C., Atasoy A., 2022). Örneğin, uluslararası narenciye festivali gibi yıllık festivaller ayrı bir ilgiyi hak etmektedir.

Araştırma, incelenen konuya ilişkin bilimsel gelişmelere ve yazarlar tarafından Aralık 2022'den Şubat 2023'e kadar (143 kişi) Mersin şehrinin yerel halkı arasında ve Mayıs-Haziran 2024'te Mersin Üniversitesi turizm bölümü öğrencileri arasında (339 kişi) yapılan iki sosyolojik anketin verilerine dayanmaktadır. Türkçe olarak hazırlanan anketin yapısı, 16 açık ve kapalı soru içermektedir; anonimdir.

## **Araştırma Sonuçları**

### **Turistik Rotaların Tasarımı ve Geliştirilmesi**

Günümüzde bilimsel ve metodolojik literatürde, turistik ürün oluşturma'nın temel bir bileşeni olarak turistik rotaların tasarımı ve geliştirilmesi konusunda önemli teorik ve pratik deneyimler sunulmaktadır (Stepanova S.V., 2017).

Mevcut Rus ve yabancı deneyimleri özetleyerek, turistik rota, turizm şirketleri veya diğer kuruluşlar tarafından tasarlanan (doğal ve tarihi-kültürel miras nesnelerinin açıklamasıyla) incelenen bölgeden geçen, genellikle tematik içeriğe sahip, bağımsız ziyaret ve/veya turistik grupların bir parçası olarak mümkün olan bir rota olarak anlaşılmaktadır.

Turistik rotaların geliştirilmesi ve işleyişi koşullarına uyulması önemlidir:

- **İlk olarak**, benzersiz doğal ve kültürel-tarihi nesnelerin varlığını ve ziyaret edilebilirliğini belirtmek gerekmektedir;
- **İkinci olarak**, turistik nesneleri tek bir rotada birleştirme imkanı;
- **Üçüncü olarak**, turistik nesnelere erişimi sağlayan ulaşım altyapısının (karayolu altyapısının düzenlenmesi dahil olmak üzere su ve kara) kalitesi ve iyileştirilmesi;
- **Dördüncü olarak**, çok günlük turistik rotaların işleyişini ima eden konaklama ve yemek altyapısının kalitesi ve iyileştirilmesi;
- **Beşinci olarak**, turistik rotada navigasyon sistemi;
- **Altıncı olarak**, bu rotaları bağımsız olarak veya turistik grupların bir parçası olarak ziyaret etmeyi sağlayan mevcut rotaların bilgi ve gezi eşlik sistemi.

Ve bu, turistik rota ağının tasarımı ve geliştirilmesi için gerekli koşulların kapsamlı bir listesi olmaktan uzaktır. Bu turistik rota koşullarının iç turizmin geliştirilmesinde önemli olduğunu vurgulamak gerekir. Ancak uluslararası turizmi kastediyorsak, uluslararası turistlerin erişebileceği bir dilde rehberlerin dil yeterlilikleri, navigasyon ve rotaların bilgi desteği büyük önem kazanmaktadır.

Turistik rotaların tasarımında, sadece bölgenin mevcut altyapı olanakları değil, aynı zamanda gelecekteki gelişimine yönelik umut verici planlar da önem taşımaktadır.

Günümüzde dünya topluluğunda, çeşitli tematik yönle ve ulaşım olanaklarına (yaya, bisiklet, araba, su vb.) sahip sınır ötesi turistik rotaların tasarımı, geliştirilmesi ve iyileştirilmesi konusunda önemli deneyimler birikmiştir. Sınır ötesi turistik rota ağının geliştirilmesi, bölgelerin doğal ve kültürel-tarihi potansiyelinin korunması, popülerleştirilmesi ve yeniden

üretilmesi konusunda Avrupa devletlerinin yaptığı büyük çalışmaları göstermektedir (Stepanova S.V., 2017, s. 132).

Günümüzde Avrupa Birliği'nde, turistik sınır ötesi rotaların tasarımı, geliştirilmesi ve iyileştirilmesine, altyapılarının iyileştirilmesine, daha fazla ilgili paydaşın katılımına, rotaların pazarlama tanıtımına yeterli önem verilmektedir. Aynı zamanda, gelişimlerinin güncelliği azalmamakta, yeni rotalar geliştirilmekte, altyapı iyileştirilmekte, mevcut olanlara yeni gösteri nesneleri eklenmektedir (Stepanova S.V., 2017, s. 132). Sınır ötesi turistik rotalara örnek olarak şunlar verilebilir:

- Yaklaşık 70 bin km uzunluğunda 14 rotayı içeren ve önemli bir kısmı zaten var olan bisiklet ağı (EuroVelo) (The Europeancycleroute);
- Doğal koridorlar, tarihi ticaret yolları, nehirler ve demiryolları boyunca uzanan ve yalnızca motorsuz taşıtlarla hareket edilebilen çok işlevli rotalar olan yeşil rota ağı (greenways) (The official Central and Eastern European Greenways);
- Danimarka, Almanya ve Polonya'nın ortaçağ mimarisine sahip şehirlerini birbirine bağlayan Avrupa Tuğla Gotik Rotası (The European Route of Brick Gothic, 1,5 bin km) (European Route of Brick Gothic);
- Dünyanın en uzun tasarlanan sınır ötesi turistik rotası - Pasifik, Hint ve Atlantik okyanuslarını birbirine bağlayan ve Avrupa, Asya ve Afrika topraklarını kapsayan İpek Yolu (the Silk Road) (Aleksandrova A.J., 2015);
- Çin, Moğolistan ve Rusya topraklarını birbirine bağlayarak 18-19. yüzyıllarda Asya ve Avrupa arasındaki kervan yolunu fiilen tekrarlayan "Büyük Çay Yolu" (the Great Tea road) (The international tourist route);
- Karelya Cumhuriyeti (Rusya) ve Finlandiya'nın jeolojik ve madencilik-endüstriyel mirasını birleştiren yaklaşık 400 km uzunluğundaki "Dağ Madenciliği Yolu" (Mining Road) (Nenonen J.K., Stepanova S.V.) vb.

### **Yerel Halkın Gözünden Rus Dilinin Talebi ve Uluslararası Turizmin Gelişimi**

Yazarlar tarafından Aralık 2022'den Haziran 2025'e kadar yapılan iki sosyolojik araştırmanın verilerinin analizi, yerel halkın görüşüne göre Mersin şehrinde uluslararası turizmin gelişimi için Rusça dilini bilmenin yüksek önemini ortaya koymaktadır. Tablo 1'de, belirtilen sosyolojik anketlerin cevapları arasında en popüler ilk on cevap yer almaktadır. Yerel halk anketinde (2022-2023) ve öğrenci anketinde en üst cevapların tamamen örtüşmesi dikkat çekicidir. Veriler, lider konumların turizm ve ilgili hizmet sektörleri ile nükleer enerji, inşaat ve emlak olduğunu göstermektedir.

**Tablo 1.** "Hangi faaliyet alanında Rus diline ihtiyacınız var veya olacak?" sorusuna verilen cevapların dağılımı. Birden fazla cevap seçeneği seçilebilir, %.

| №  | cevaplar                                                                       | "anket"                    |                     |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------|
|    |                                                                                | 2022-2023 y.<br>/ 143 kişi | 2024 y<br>/339 kişi |
| 1  | turizm                                                                         | 46,2                       | 50,7                |
| 2  | otelcilik                                                                      | 30,4                       | 30,7                |
| 3  | ticaret (alışveriş merkezleri ve mağazalar)                                    | 27,5                       | 21,2                |
| 4  | restoranlar ve kafeler                                                         | 24,5                       | 23,9                |
| 5  | hizmet sektörü                                                                 | 23,5                       | 20,1                |
| 6  | eğitim                                                                         | 19,6                       | 15,9                |
| 7  | Rusya Federasyonu'nda/diğer Rusça konuşulan<br>ülkelerde çalışmayı düşünüyorum | 19,6                       | 11,8                |
| 8  | inşaat                                                                         | 16,7                       | 13,9                |
| 9  | nükleer enerji                                                                 | 15,7                       | 12,4                |
| 10 | emlak                                                                          | 13,7                       | 8,6                 |

**Kaynak:** Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

RF'de/diğer Rusça konuşulan ülkelerde çalışmayı düşünüyorum" maddesindeki gözlemlenen fark, özellikle katılımcıların eğitim gördüğü turizm sektörünün yüksek talebiyle açıklanabilir. Bu bağlamda, bu yerel halk grubunun diğer Rusça konuşulan ülkelere taşınma ihtiyacı ortadan kalkmaktadır.

Ayrıca, son yıllarda Türkiye Cumhuriyeti'nde emlak satın alan ve tatil için apartman kiralayan Rusça konuşan vatandaşların, özellikle Rusların sayısındaki artış, emlak ve inşaat sektöründe Rus diline olan talebi belirlemektedir.

Mersin şehri sakinlerinin Rusça öğrenme nedenleri, hem ilk hem de ikinci ankette, ekonomik faktörün önemini göstermektedir. Rus dilinin özellikle turizm ve konaklama sektöründe yüksek talep görmesi, ticaret, catering ve çeşitli hizmetlerin sunumu alanında iletişim yeterlilikleri ihtiyacından kaynaklanmaktadır (ancak turizme kesin bir aidiyet belirtmek mümkün değildir) (Kondrateva S.V., Bicher O 2024a). Nükleer enerjide çalışırken Rusça bilmenin güncelliği, Mersin şehrinin konumuyla haklı olarak gerekçelendirilmektedir. Mersin ilinde, Rusya Federasyonu ile işbirliği içinde ilk nükleer enerji santrali "Akkuyu" inşa edilmektedir (Mersin şehrine yaklaşık 150 km uzaklıkta). Aynı zamanda, Rusça bilmek, Türkiye Atom Enerjisi Kurumu ve IAEA tarafından onaylanan gelecekteki Akkuyu NGS'nin mühendislik personeli için resmi ve dolayısıyla zorunludur (Kondrateva S.V., Bicher O 2024b).

Turizmin gelişmesinin önemi, doğrudan "Mersin şehrinin gelişimi için turizmi önemli veya umut verici bir yön olarak görüyor musunuz?" sorusuna verilen cevaplarda ortaya çıkmaktadır. Tablo 2'de, yerel halkın görüşüne göre Mersin şehrinin gelişiminde turizmin yüksek rolünü açıkça gösteren iki sosyolojik anketin katılımcılarının cevapları sunulmaktadır. Her iki durumda da olumlu cevap, ankete katılanların %80'inden fazlası tarafından verilmektedir.

**Tablo 2.** Mersin şehrinin gelişimi için turizmi önemli veya umut verici bir yön olarak görüyor musunuz?

| № | cevaplar              | Anket                         |                        |
|---|-----------------------|-------------------------------|------------------------|
|   |                       | 2022-2023 y.<br>/ 143 kişi, % | 2024 y<br>/339 kişi, % |
| 1 | tamamen katılıyorum   | 60,1                          | 42,8                   |
| 2 | büyük ihtimalle evet  | 30,1                          | 37,5                   |
| 3 | büyük ihtimalle hayır | 2,1                           | 13                     |
| 4 | katılmıyorum          | 7,7                           | 6,8                    |

**Kaynak:** Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Araştırmamızda, yerel halkın özellikle Mersin şehrindeki Rusça konuşan turistlerin artışına yönelik tutumları hakkında soru önemli bir yer tutmaktadır. Tablo 3'te, ankete katılanların çoğunun ekonomik refahın artması sayesinde Rus turist akışının artışını memnuniyetle karşıladığı açıkça görülmektedir. Olumsuz cevaplar da sunulmaktadır.

**Tablo 3.** Mersin şehrinde Rus turistlerin artış olasılığına nasıl bakıyorsunuz?

| № | cevaplar                                                                           | anket                      |                     |
|---|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------|
|   |                                                                                    | 2022-2023 y.<br>/ 143 kişi | 2024 y<br>/339 kişi |
| 1 | Ekonomik durumu iyileştireceği için olumlu bakıyorum                               | 63,6                       | 56,4                |
| 2 | Turistlerden sadece sorun ve zorluklar geldiğini düşündüğüm için olumsuz bakıyorum | 16,8                       | 22,7                |
| 3 | Cevap vermekte zorlanıyorum                                                        | 19,6                       | 20,9                |

**Kaynak:** Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Mersin şehrinin Rusça konuşan turistleri veya misafirleri ağırlamaya hazır olma durumunu anlamak ilginç olacaktır. (Tablo 4).

**Tablo 4.** Sizce Mersin şehri Rus turistleri ağırlamaya ne kadar hazır?

| № | cevaplar                    | anket                          |                        |
|---|-----------------------------|--------------------------------|------------------------|
|   |                             | 2022-2023 гг.<br>/ 143 kişi, % | 2024 г<br>/339 kişi, % |
| 1 | tamamen katılıyorum         | 14,7                           | 14,7                   |
| 2 | büyük ihtimalle evet        | 30,8                           | 34,2                   |
| 3 | büyük ihtimalle hayır       | 24,5                           | 29,3                   |
| 4 | katılmıyorum                | 18,9                           | 10                     |
| 5 | cevap vermekte zorlanıyorum | 11,1                           | 11,8                   |

**Kaynak:** Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Rusça konuşan turistlere özellikle Rusça hizmet verme gerekliliği sorusu ayrı bir ilgiyi hak etmektedir. Önceki cevaplarda olduğu gibi bu konuda da oybirliği gözlenmektedir. Bu gerekliliği kabul eden cevapların yüksek yüzdesini vurgulamak önemlidir. Aralık 2022-Şubat 2023 anketinde yerel halkın %80,4'ü olumlu cevap vermektedir. Ankete katılan öğrencilerin %73,7'si de Rusça konuşan turistlere Rusça hizmet verilmesi gerektiğini belirtmektedir.

### **Sonuç**

Mersin şehrinde uluslararası turizmin gelişim beklentilerinin turistik rotalar, yerel halk arasında Rus dilinin bilinirliği ve talebi merceğinden incelenmesi, birkaç temel sonuca varmayı sağlamaktadır. İlk olarak, Mersin'in liman Akdeniz şehri olarak tatil beldesi olmayan karakterine rağmen, turizm, otelcilik ve catering sektörleri, yerel halk tarafından Rus dilini öğrenmek için seçilen profesyonel yeterliliklerin olası uygulama alanları olarak lider konumdadır. İkinci olarak, turizm, yerel halkın görüşüne göre bu şehrin ekonomik gelişiminin önemli bir yönü olarak sunulmaktadır. Üçüncü olarak, Rusça konuşan turistlere hizmet vermede Rus dilini bilmenin yüksek rolü tespit edilmiştir. Sosyolojik anketlerin farklı zaman dilimlerinde ve farklı katılımcı gruplarıyla yapılmasına rağmen, cevapların neredeyse aynı veya çok benzer olduğunu vurgulamak gerekir. Bu, Mersin şehrinin yerel halkın gözünde Rusça konuşan turistleri ağırlamaya hazır olduğunun gerçek bir resmini elde ettiğimizin bir kanıtı olabilir.

Turizmin, özellikle uluslararası turizmin gelişiminde, bölgenin doğal ve kültürel-tarihi mirasını konforlu ve daha eksiksiz bir şekilde tanımayı sağlayan mevcut tek günlük ve çok günlük turistik rotalar önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda, Rusça konuşan turistlere hizmet vermeyi dikkate alarak çeşitli tematik yönlere sahip turistik rota ağının tasarlanması ve geliştirilmesi, Mersin ilinde turizmin gelişimi için umut verici bir yöndür. İleri araştırmalar, Mersin ilinde turistik rota ağının geliştirilmesi için öneriler geliştirmek amacıyla uluslararası (Rusça konuşan) turistler için umut verici cazibe merkezlerini belirlemeye yönelik olacaktır.

## Kaynakça

- Alexandrova A. Y., The Great Silk Road: Geopolitical, Geographical and Economic Aspects of Designing a Cross-Border Tourist Route // Earth Sciences. Science. Innovations. Technologies. 2015. № 2. 3. 68-77.
- Atasoy A. Mersin Turizm Atlası. Mersin, 2023. 286 p.
- Ercik C., Atasoy, A. 2022. Mersin Turizm Destinasyonu, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şt, Turkish, Ankara, Turkey (in 11 parts)
- European Route of Brick Gothic. URL: <http://www.eurob.org/index.php/Homepage>; 1/4
- Heller M., A. Duchêne A. Pride and Profit: Changing Discourses of Language, Capital, and Nation-state // Language in Late Capitalism: Pride and Profit / Eds. A. Duchêne, M. Heller. New York, 2012. P. 1–21
- Karadgan H. Historical foundations of teaching Russian language in Turkey // Russian language abroad. 2013. № 1. P. 104–106.
- Karaoğlu, M., Sarıca, A., Kara G. 2022. The Effect and Statistical Analysis of the Pandemic in the Port and Coastal Facilities in the Bay of Mersin Kent Akademisi Dergisi. Vol. 15. Is. 4. P. 1707-1723. <https://www.doi.org/10.35674/kent.1129552>
- Kelly-Holmes H. Multilingualism and Commercial Language Practices on the Internet // Journal of Sociolinguistics. 2006. Vol. 10, no 4. P. 507–519
- Kondrateva S. V., Biçer Ö. The Study of the Russian Language as a Resource for the Economic Development of the Territory. Vestnik of Volga State University of Technology. Ser.: Economics and Management. 2024 a; (3):83–94. DOI: <https://doi.org/10.25686/2306-2800.2024.3.83>; EDN: VUXBAU
- Kondrateva S.V., Bicher O. Sustainability of tourist preferences and the commodification of the Russian language: the practice of a Turkish destination // Borders, border regions, cross-border interaction: selected works of the VIII international scientific and practical conference "Prospects for the socio-economic development of border regions", [October 4-6, 2023, Petrozavodsk] / group of authors, Federal Research Center "Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences", Institute of Economics of Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences; [editors: T.V. Morozova, N.G. Kolesnikov]. - Petrozavodsk: Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences, 2024b. Pp. 78-94. p. 100. DOI: 10.18334/9785912925221-78-94
- MERSİN Tarihçesi. Official website of the T.C. Mersin Valiliği. URL: <http://www.mersin.gov.tr/mersin-tarihcesi> (Accessed: July 2, 2024)

- Muth S. Russian language abroad: viewing language through the lens of commodification. *Russian Journal of Linguistics*. 2017. Vol. 21. No. 3. P. 463-492. DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-2-463-492
- Nenonen J. K., Stepanova S. V. Geological tourism development in the Finnish-Russian borderland: the case of the cross-border geological route "Mining Road" // *Acta Geoturistica*, 2018. Vol. 9. No.1. P. 23-29. DOI: 10.1515/agta-2018-0003
- Pavlenko A. Russian language as a lingua franca in the foreign service sector // *The World of the Russian Word*, 2016. №1. P. 23-32
- Pogodin S.N., Tuana M., Tuana E.N. The spread of the Russian language and Russian culture in Turkey at the present stage // *Russia in the global world*. 2022. № 22(45). P. 65–81. DOI: 10.48612/rg/RGW.22.6
- Population of Mersin on March 2025 / URL: <https://all-populations.com/ru/tr/population-of-mersin.html>
- Shlapeko E. A., Stepanova S.V. Trends in the development of cross-border trade in the Russian-Finnish borderlands. *Baltic region*. Vol. 4. P. 103-117. DOI: 10.5922/2079-8555-2018-4-7.
- Sözlü H. 2020. Mersin'de Bir Osmanlı Kalesi: Liman (Ak) Kale. *History Studies*. Vol. 12 Is. 3, P. 1-19. DOI 10.9737/hist.2020.863.
- Stepanova S. V. Cross-Border Tourist Routes: The Potential of Russia's North-West, *Balt. Reg.*, 2017, Vol. 9, no. 4, p. 129-151. doi: 10.5922/2074-9848-2017-4-7.
- Stepanova S.V. 2019. Czynniki rozwoju turystyki przygranicznej na rosyjsko-fińskim pograniczu (Factors underpinning the development of tourism in Russian-Finnish borderland areas). *Przegląd Geograficzny*. 2018.91: 4. P. 573–587 <https://doi.org/10.7163/PrzG.2019.4.7>
- Stoyanova M.L. A typical Turkish student: some comments on the issue of the specifics of teaching Russian as a foreign language in a Turkish university // *Pre-university stage of education in Russia and the world: language, adaptation, society, specialty: collection of articles of the 1st International Congress of Teachers and Heads of Preparatory Faculties: in 2 parts*. 2017. Part 1. M., P. 267–271
- Studying Russian has become compulsory at the universities of the Turkish tourism industry. *TRT Russian*. Published May 24, 2021. Available from: <https://www.trtrussian.com/novosti-turciya/russkij-yazykstal-obyzatelnyym-v-vuzah-turotrasli-turcii-5548724>
- Suryanarayan N. 2017. The role of the russian language in India's healthcare sector. *Russian Journal of Linguistics*. Vol. 21. N. 3. P. 515-529. doi: 10.22363/2312-9182-2017-21-3-515-529

- Suryanarayan, N. From Yashwant Place to Yashka: a case study of commodification of Russian in India. In S. Muth and L. Ryazanova-Clarke (eds.) The commodification of Russian around the world (Special issue). International Journal of Bilingual Education and Bilingualism. 2017. Vol. 20. Issue 4. P. 428—442
- The European cycle route network EuroVelo / Uropean Parliament's Committee on Transport and Tourism, European Union. Brussels, 2012.
- The international tourist route "The Great Tea Road: Manchuria - Siberia" will pass through Chita, Ulan-Ude and Irkutsk. URL: <http://mkrf.ru/press-center/news/ministerstvo/v-chite-budet-dan-start-turistskomu-transgranichnomuzheleznodorozhnomu-marshrut>
- The official Central and Eastern European Greenways website. URL: <http://www.greenways.by/index.php?content&id=32&lang=ru>
- Uchgul S. Spread of the Russian language in Turkey // Almanac "Ethnological dialogues 2018. № 1 (55). P. 45-54
- Unal K. A. 2021. Research of the Russian language in the history of Turkish people. *Journal of Global Social Sciences*. Vol. 2. No. 7. P. 107-120
- Viimaranta H., Protassova E., Mustajoki, A. Aspects of Commodification of Russian in Finland. *Russian Journal of Linguistics*. 2017 Vol. 21. Issue 3. P. 620-634. doi 10.22363/2312-9182-2017-21-3-620-634.
- Yilmaz, M. 2022. Assessment of the relationship between city and port in Mersin, Turkiye. *Cografya Dergisi*. Advance online publication. <https://doi.org/10.26650/JGEOG2022-1001157>

# Bölüm 10

## Öğretmen Adaylarının Görüşleri Açısından Akademik Aidiyet ve Akademik Uyum

Selçuk DEMİR <sup>1</sup>

### 1- Giriş

Öğrencilerin üniversitelere devam etmelerinde, üniversitelerindeki akademik ve ders dışı etkinliklerin öneminin büyük olduğu bilinmektedir (Gerdes ve Mallincktot, 1994). Öğrenciler, üniversiteye başlamalarıyla birlikte sosyal ve akademik bir süreç deneyimlemektedirler. Öğrencilerin bu süreçlere aktif olarak katılım göstermeleri, süreçlerin niteliğini olumlu etkilemektedir. Aktif katılım sağlayan öğrenciler; ödevlerini süresinde ve eksiksiz yapmakta, sınıf içi tartışmalara katılmakta, karmaşık bilgileri ya da bilmediklerini sormakta, öğretim elemanlarından ve arkadaşlarından akademik ve sosyal etkinliklerde destek almaktadırlar (Astin, 1985). Katılım göstermeyen bir öğrencinin ise akademik ve sosyal etkinliklerde başarısının ciddi düzeyde düşeceği değerlendirilmektedir.

Öğrenme temel olarak öğrencilerin kişisel çabalarıyla gerçekleşmektedir. Öğrencinin ayırdığı zaman ve sarfettiği çaba, öğrenmede önemli görülmektedir. Sınıf içi ve sınıf dışı etkinliklere katılımları gerekmektedir (Krause ve Coates, 2008). Öğrencinin bireysel çabasının yanı sıra eğitim kurumlarının da öğrencilerin eğitsel faaliyetlere katılımlarını teşvik etmesi ve bu konuda bir düzen oluşturmalarının gerekliliği açıktır (Kuh vd., 2008). Kurumsal desteğin öğrencilere sunulmasıyla eğitsel faaliyetlere öğrencilerin katılımları artmaktadır. Akademik anlamda çabalarının artması, harcanan zaman ve emek ise doğal olarak aidiyet duygularının gelişmesine katkı sunmaktadır.

Etkili öğretmenler; akademik başarısızlığın nedenlerinden biri olan motivasyonsuzluğun yaşanmasına engel olmak amacıyla öğrencilerin ilgisini artıran ve seviyelerine uygun öğrenme ortamları oluşturmaktadırlar. Öğretmenlerin oluşturdukları olumlu iklime sahip bu ortamlar, öğrencilerin

---

<sup>1</sup> Doç. Dr.; Şırnak Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Beden Eğitimi ve Spor Bölümü, selcukdemirs3@gmail.com, ORCID No: 0000-0003-2904-6443

kendilerini mutlu ve güvende hissetmelerine katkı sunmaktadır. Bu durumda ise öğrencilerin eğitsel görevler almalarında ve bu görevleri başarılı bir biçimde tamamlamalarında motivasyonlarını artırmaktadır (Finn, 1993; Zumbunn, McKim, Buhs ve Hawley, 2014). Öğretmenlerin çalışma konusunda coşkuya sahip olmaları; öğrencilerin derslere yönelik daha olumlu tutumlara sahip olmalarına ve ortamlarında memnuniyet hissetmelerine destek olmaktadır (Kuh, 2009).

Öğrencilerin katılımları; okul sorumluluklarını yerine getirme, sınıf içi ve ders dışı etkinliklere katılma, okulda kararlara katılım şeklinde dört unsurda incelenmektedir. Okul faaliyetlerine katılımın, öğrencilerin başarılarını ve okul bağlılık duygularını artırdığı bilinmektedir. Öğrencilerin okullarına yönelik sahip oldukları aidiyet tutumu, öğrenci katılımının önemli bir boyutunu meydana getirmektedir (Finn, 1989). Katılım, davranışsal ve duyuşsal olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. Öğrenciler, derslere katılımlarının yanı sıra olumlu tutumsal bir yaklaşımda bulunmaktadırlar. Derse katılan öğrenciler, öğrenme etkinliklerindeki performanslarının yanı sıra derse karşı olumlu duygusal bir yaklaşım içerisindeyler. Eğitsel etkinliklere yoğun bir gayret sarf etmektedirler. Akademik etkinliklere heyecan ve ilgi duymaktadırlar (Skinner ve Belmont, 1993). Dolayısıyla öğrencilerin; akademik görev ve sorumlulukları yerine getirirken heyecan ve ilgi duymaları, yüksek düzeyde çalışma istekliliğine sahip olmaları ve eğitsel etkinliklere katılımları, akademik aidiyetleri üzerinde önemli bir etkisinin bulunduğu açıktır.

Eğitim örgütleri özelinde aidiyet, öğrencilerin okullarına yönelik bağlılık gibi olumlu duygulara sahip olmaları ve okullarının hedeflerine saygı göstermeleri biçiminde açıklanmaktadır (Finn, 1989). Akademik aidiyet; kişilerin akademik alanlarında kendilerini değerli, saygın ve resmi bir üye gibi hissetmelerinin derecesidir (Lewis vd., 2016). Ayrıca akademik aidiyet; öğrencinin üniversiteyle akademik ve sosyal yönlerden uyumlu olmasına katkı sunan, öğrenme süreciyle bağlantılı öğrenci davranışlarını içermektedir. Akademik aidiyete sahip bireyler, kurumlarının etkinliklerine katılım göstermektedirler (Baron ve Corbin, 2012). Kurumlarının faaliyetlerinde aktif görev alan bireylerin ise kurumsal başarıya katkıda bulunacakları açıktır. Kurumlarında harcadıkları zamanın ve sarfettikleri emeğin fazlalaşması ise aidiyet duygularının artmasına katkı sunacağı değerlendirilmektedir.

Aidiyet duygusunun eksikliği birçok olumsuz neticelere neden olmaktadır (Pickett, Gardner ve Konowles, 2004). Aidiyetin oluşmaması; reddedilmeyi, ortamdaki soyutlanmayı ve yabancılaşmayı artırmakta, bireyin psikolojik iyi halini olumsuz biçimde etkilemekte, davranış ve uyum sorunları deneyimlemesine sebep olmaktadır (Duru, 2007; Osterman, 2000). Bireylerde

kurumlarına yönelik aidiyet duygusunun eksikliği, kurumlarında sergiledikleri birçok olumsuz tutum ve davranışın nedeni olabilmektedir.

Üniversiteye başlayan bireylerde, geçiş döneminden kaynaklı bazı problemler oluşabilmektedir. Birçok öğrenci ailesinden ayrılmakta ve yeni bir yaşam düzenine başlamaktadır. Öğrenciler; yeni bir şehirde ikamet etmeye, üniversite yaşamının farklılığına, değişik kültürlerden kişilerle etkileşim kurmaya, parayı ve zamanı yönetme gibi durumların sorumluluğunu üstlenmeye bağlı olarak uyum sorunları deneyimleyebilmektedirler (Aktaş, 1997; Beekhoven, De Jong ve Hout, 2004).

Üniversiteye yeni başlamış öğrencilerde, uyum süreci içerisinde akademik değişimle birlikte sosyal ve duygusal yönlerden de önemli değişimler yaşamaktadırlar. Bazı öğrenciler; bu yeni yaşam ortamında, sahip oldukları duygusal ve sosyal özelliklerinden kaynaklı, bu yeni ortama rahatlıkla uyum sağlamakta, bazıları ise kendilerinden beklenen akademik ve sosyal sorumlulukları ya da rolleri yerine getirmekte zorlanmaktadır. Dolayısıyla sorumlulukları yerine getirmekte başarısız olan öğrenciler, uyum sürecinde zorluklar deneyimlemektedirler (Karahan ve arkadaşları, 2005). Bu zorluklar, öğrencilerde strese yol açabilmektedir. Öğrencilerin üniversite yaşamalarında stres deneyimlemelerine yol açan bazı durumlar şu şekilde belirtilmektedir: akademik bir başarının beklenmesi, üniversite hayatına uyum sağlamaya yönelik çaba sarfetmesi, daha öznel bir yaşam ve kendi kararlarını alabilmesinin gerekliliği (Reischl ve Hirsch, 1988). Uyum sürecinde kimi bireyler; sosyal kurallara uygun davranma, akademik bakımdan ciddi düzeyde zorlanma, yalnızlık hissetme, yeni yaşam düzenine alışamama, önceki yaşam düzenine ya da yaşadığı çevreye özlem duyma gibi problemler yaşayabilmektedirler (Duru, 2008).

Yeni bir çevrede etkinliklerde yer alabilmek için yeni çevreye uyumlu davranışların sergilenmesi gerekmektedir. Bireylerin, bu yeni davranışların oluşabilmesi için stratejiler geliştirmeleri faydalı bulunmaktadır (Gonzales, 2006). Öğrencilerin üniversiteye uyum sağlayabilmeleri; akademik başarıları, yeteneklerinin geliştirilmesi, yeni beceriler edinmeleri, bireysel mutlulukları ve psikolojik iyi oluşları bakımından önemli görülmektedir (Yalım, 2007).

Akademik uyum, bireylerin akademik hayatlarında ulaşmak istedikleri hedefleri, bu doğrultuda sergileyecekleri çabaları ve akademik ortama kabul edilme durumlarını kapsamaktadır (Baker ve Siryk, 1984). Ayrıca akademik uyum, öğrencilerin eğitim-öğretim sürecinde gördükleri akademik içerikte başarıya ulaşmalarının yanı sıra okul çevresine uyumlu olmaları şeklinde açıklanmaktadır (Ramsay, Jones ve Barker, 2007). Öğrencilerin bölümleriyle ilişkili ödevlerini yapma, sınavlara hazırlanma gibi akademik yükümlülükleri

bulunmaktadır. Akademik uyum, öğrencilerin; güdülenme, performans ve akademik başarıdan memnuniyet gibi eğitimsel beklentiler ile ne düzeyde mücadele edebildiklerini açığa çıkarmaktadır (Rientes ve Tempelaar, 2013). Yükseköğretimde öğrenim gören öğrencilerin akademik uyumu, akademik beklentileri gerçekleştirme, öğretim elemanlarıyla sosyal etkileşimler kurma, kampüs yaşamına dahil olma ve üniversitelerine bağlılık duyma ile sağlanabilmektedir (Baker ve Siryk, 1984). Öğrencilerin uyum düzeylerinin düşük olması; akademik başarılarını azaltmakta olup üniversitenin psikolojik yardım merkezine daha çok başvurularına ve okulu süresinde bitirme noktasında problem yaşamalarına yol açmaktadır (Akbalık, 1997).

İlgili alanyazın incelendiğinde, akademik aidiyet ve akademik uyum kavramlarına dair çözümlemelerin yapıldığı, bu kavramlar arasındaki ilişkinin belirlendiği sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmada; akademik aidiyet ve akademik uyum kavramları, öğretmen adayları özelinde incelenmektedir. İleriki çalışmalarda akademik aidiyet kavramına yoğunlaşılması ve bu kavramın psikolojik çıktılarının açıklığa kavuşturulması önemli görülmektedir.

Bu çalışmada; öğretmen adaylarının akademik aidiyet ile akademik uyum düzeyleri arasındaki ilişkinin açıklığa kavuşturulması amaçlanmaktadır. Bu çalışmada, asıl amaç bağlamında aşağıda belirtilen hipotezler ileri sürülmektedir:

H1: Akademik aidiyet ile akademik uyum arasında istatistiki açıdan manidar bir ilişki bulunmaktadır.

H2: Akademik aidiyet algısı, akademik uyum algısını pozitif yönde yordamaktadır.

## **2- Yöntem**

### ***Araştırmanın modeli***

Öğretmen adaylarının akademik aidiyet ve akademik uyum düzeylerinin belirlendiği ve aralarındaki ilişkinin tespit edildiği bu çalışma, nicel bir çalışma olarak biçimlendirilmiştir. Bu çalışma, iki ya da daha fazla değişkenin aralarındaki ilişkilerin belirlemesi ve sebep-sonuç ile ilgili ipuçlarına ulaşılması maksadıyla ilişkisel tarama modeline uygun olarak biçimlendirilmiştir. İlişkisel tarama modelinde; çalışmadaki değişkenlerin aralarındaki ilişkiler saptanmakta ve gruba dair belli özellikler incelenen değişkenler bağlamında açığa çıkarılmaktadır (Karasar, 2012).

### ***Evren ve Örneklem***

Bu araştırmanın evreni; bir kamu üniversitesindeki öğrenim gören öğretmen adaylarından meydana gelmektedir. Bu araştırmanın örnekleme ise bu evrenden alınan 177 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklem, basit seçkisiz örnekleme yöntemine uygun olarak belirlenmiştir. Kararlaştırılan evren içerisinde örneklem yansız bir şekilde seçilmiştir.

Basit seçkisiz örnekleme yönteminde, bir bireyin araştırmaya katılımı, diğer kişi ya da kişilerin katılımından bağımsız olmaktadır. Dolayısıyla her bir katılımcı, evrenden eşit ihtimalle seçilmiştir (Büyüköztürk vd., 2012). Katılımcıların araştırmaya katılımlarında gönüllük ilkesi esas alınmıştır.

### ***Ölçme Araçları***

Araştırmanın verilerine, beşli likert şeklinde derecelendirmesi yapılmış “Akademik Aidiyet Ölçeği” ve “Akademik Uyum Ölçeği” vasıtasıyla ulaşılmıştır.

*Akademik Aidiyet Ölçeği.* Bu ölçeğin, üniversite öğrencilerinin akademik aidiyet düzeylerinin tespit edilmesi amacıyla Kızılkaya ve Doğan (2022) tarafından geliştirme çalışması gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin derecelendirmesi, “Hiçbir zaman: 1”, “Nadiren: 2”, “Bazen: 3”, “Çoğunlukla: 4” ve “Her zaman: 5” biçiminde yapılmıştır. Ölçek, 9 madde ile ölçülen “Derse katılım, kütüphane, kaynak erişimi” boyutu, sekizer madde ile ölçülen “öğretim üyeleriyle iletişim” ve “bilimsel ve kültürel etkinliklere katılım” boyutları olmak üzere üç alt boyuttan meydana gelmektedir.

*Akademik Uyum Ölçeği.* Öğrencilerin üniversiteye uyumlarının belirlenmesi amacıyla Erzen (2018), üniversiteye uyum ölçeğini arkadaş ilişkilerinde uyum ve akademik uyum olmak üzere iki faktörlü olarak geliştirmiştir. Bu çalışmada ise Erzen (2018) tarafından geliştirilmiş üniversiteye uyum ölçeğinin alt ölçeği olan “Akademik Uyum Ölçeği” aracılığıyla öğretmen adaylarının akademik uyum düzeylerinin ortaya çıkarılması sağlanmıştır. Bu alt ölçek, altı maddeden meydana gelmiştir. Ölçek maddelerinin; “Asla: 1”, Çok az: 2”, “Biraz: 3”, “Sıklıkla: 4” ve “Kesinlikle: 5” şeklinde derecelendirilmeleri gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırma verilerine güvenirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Cronbach-alfa Güvenirlik Katsayılarının (iç tutarlılık değerleri); akademik uyum ölçeğinde .82 ve akademik aidiyet ölçeğinde .92 olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla ölçeklerin yüksek düzeyde güvenilir oldukları açığa çıkarılmıştır.

### ***Analizler***

Verilerin dağılımında, normallik varsayımı incelenmiştir. Akademik aidiyet ölçeğinde, tek yönlü normal dağılımdaki basıklık değerinin .07 ve çarpıklık değerinin .23 olduğu açıklığa kavuşturulmuş. Akademik uyum ölçeğinde, tek yönlü normal dağılımdaki basıklık değerinin -.40 ve çarpıklık değeri -.24 olduğu açıklığa kavuşturulmuştur. Bu araştırmada hesaplanan bu değerler;  $\pm 1$  aralığında kalmakta dolayısıyla araştırma verileri tek yönlü normal dağılım sergilemektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014).

Veriler, SPSS vasıtasıyla çözümlenmiştir. Verilerin çözümlenmesi regresyon analizi ile yapılmadan önce veriler normallik açısından incelenmiş, verilere güvenilirlik ve korelasyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Regresyon analizinde ise bağımsız değişken olarak akademik aidiyet ve bağımlı değişken olarak akademik uyum alınmıştır. Dolayısıyla öğretmen adaylarında akademik uyumun, akademik aidiyet ile ne kadarının açıklandığı tespit edilmiştir.

### **3- Bulgular**

Araştırmanın bu bölümünde, bulgular sırasıyla sunulmaktadır.

#### ***Korelasyon Analizi Bulguları***

Akademik aidiyet ve akademik uyum değişkenlerine dair korelasyon bulgularına, Tablo 1’de yer verilmektedir.

**Tablo 1.** Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

| Değişkenler | 1     | 2 |
|-------------|-------|---|
| 1. Aidiyet  | 1     |   |
| 2. Uyum     | .52** | 1 |

\*p < .05, \*\*p < .01

Notlar: Aidiyet: Akademik Aidiyet, Uyum: Akademik Uyum

Pearson korelasyon katsayısı (Tablo 1); öğretmen adaylarının akademik aidiyet ile akademik uyum algıları arasındaki ilişkinin orta düzeyde, pozitif yönlü ve istatistiksel yönden anlamlı olduğunu açığa çıkarmaktadır ( $r = .52$ ,  $**p < .01$ ). Öğretmen adaylarının akademik aidiyet düzeyleri arttıkça akademik uyumları da artmaktadır. Diğer bir deyişle akademik aidiyet ile akademik uyum orantılı bir biçimde birlikte artmaktadır.

### ***Regresyon Bulguları***

Öğrencilerin akademik aidiyetlerinin, akademik uyumlarını yordamasının regresyon analizi bulguları, Tablo 2’de sunulmaktadır.

**Tablo 2.** Akademik Aidiyetin Akademik Uyum Yordamasının Regresyon Analizi Bulguları

| Yordayıcı değişkenler | B    | Std. Hata | $\beta$ | t    | p   |
|-----------------------|------|-----------|---------|------|-----|
| Sabit                 | 1.82 | .24       |         | 7.45 | .00 |
| Akademik Aidiyet      | .61  | .07       | .52**   | 8.24 | .00 |

Bağımlı değişken: Akademik Uyum

$\Delta R^2 = .28$     \*\*p < .01

Tablo 2 incelendiğinde, öğretmen adaylarının akademik aidiyet düzeylerinin, akademik uyum düzeylerini istatistiki açıdan anlamlı bir biçimde yordadığı görülmektedir (B = .61,  $\beta = .52$ ,  $P < .01$ ). öğretmen adaylarının akademik aidiyetlerindeki 1 birimlik artış, .52 birimlik akademik uyum artışına katkı sunmaktadır. Öğretmen adaylarının akademik aidiyet düzeyleri, akademik uyum düzeylerindeki varyansın %28’ini açıklamaktadır ( $\Delta R^2 = .28$ , \*\*p < .01).

### **4- Sonuç ve Tartışma**

İlişkisel tarama modelinde biçimlendirilen bu çalışmada; öğretmen adaylarının akademik aidiyet düzeyleri ile akademik uyum düzeyleri arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve istatistiki bakımdan manidar bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Öğretmen adaylarının akademik aidiyet düzeyleri, akademik uyum düzeylerini artırdığı saptanmıştır.

Finn (1989), aidiyetin; öğrencilerin okullarına bağlılık gibi olumlu tutumlara sahip olmaları ve okullarının amaçlarına saygılı davranmaları şeklinde kendini gösterebildiğini ileri sürmektedir. Bu durumun öğrencilerin okulla ve okul çevresiyle uyum düzeylerini artıracağı değerlendirilmektedir. Nitekim Baker ve Sıryk (1984), öğrencilerin akademik uyumlarının; akademik beklentilerini gerçekleştirme, öğretim elemanları ile sosyal etkileşimler kurma, kampüs yaşamına katılım gösterme ve üniversitelerine bağlılık hissetme ile sağlanabildiğini vurgulamaktadır (Baker ve Sıryk, 1984).

Baron ve Corbin (2012), akademik aidiyetin; öğrencinin üniversitesiyle akademik ve sosyal açılardan uyum içerisinde olmasına katkı sunduğunu ve bu öğrencilerin kurumlarındaki etkinliklere katılım gösterdiklerinin altını çizmektedir. Koç, Avşaroğlu ve Sezer (2004), kişilerarası ilişkilerde sorunlar yaşayan öğrencilerde, akademik başarı düzeylerinin düşük olduğunu

açıklamaktadırlar. Buradan hareketle de akademik aidiyetin akademik uyuma katkı sunduğu söylenebilir.

## 5- Öneriler

Bu çalışmada akademik aidiyet ve akademik uyum kavramlarının çözümlenmesi yapılmıştır. Sonrasında bu değişkenler arasındaki ilişki belirlenmiştir. Akademik aidiyet kavramına yönelik eğitim örgütlerinde yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Bu çalışmayla akademik aidiyet tutumunun, öğrencilerin olumlu tutumları üzerinde rolünün olduğu açığa çıkarılmıştır. Öğrencilerin akademik başarılarıyla doğrudan ilişkili olan aidiyet kavramına ilişkin çalışmaların yapılması önemli görülmektedir. Eğitim kurumlarında akademik aidiyet ve akademik uyum kavramlarına yönelik eğitimlerin düzenlenmesinin, bu kavramların önemine yönelik farkındalığı artıracak değerlendirilmektedir. Böylelikle odağında akademik aidiyet kavramı olan çalışmaların sıklaştırılması sağlanmaktadır.

Akademik aidiyet konusunda, farklı örneklem gruplarında ve farklı yöntemlerle tasarlanan çalışmalar düzenlenebilir. İleriki çalışmalarda akademik aidiyetin alt boyutları ile akademik uyum arasındaki ilişkilerin varlığına bakılabilir. Alt boyutlardan istatistiki olarak akademik uyumu anlamlı yordayanlar belirlenebilir ve görelilik olarak yordama güçleri kıyaslanabilir.

Bu çalışmada, öğretmen adaylarının akademik uyumun artırılmasında akademik aidiyet duygularının rolü açıkça görülmektedir. Dolayısıyla kurumlarda öğrencilerin akademik aidiyetlerinin geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması, akademik uyumlarının daha da gelişmesi açısından faydalı bulunmaktadır. Nitekim akademik uyum, akademik başarının düzeyinin artışına katkı sunan önemli bir faktördür.

## Referanslar

- Akbalık, G. (1997). *Bilgilendirme ve grupla psikolojik danışmanın üniversite öğrencilerinin üniversiteye uyumlarına etkisi*. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aktaş, Y. (1997). Üniversite öğrencilerinin uyum düzeylerinin incelenmesi: Uzunlamasına bir çalışma. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13, 107-110
- Astin, A. W. (1985). *Achieving educational excellence*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Baker, R. W., & Siryk, B. (1984). Measuring adjustment to college. *Journal of Counseling Psychology*, 31(2), 179-189. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.31.2.179>
- Baron, P., & Corbin, L. (2012). Student engagement: Rhetoric and reality. *Journal of Higher Education Research & Development*, 31, 759-772. <https://doi.org/10.1080/07294360.2012.655711>
- Beekhoven, S., De Jong, U., & Hout, H. V. (2004). The impact of first-year students' living situation on the integration process and study progress. *Educational Studies*, 30, 277-290. doi:10.1080/0305569042000224224.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. V., & Demirel, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Çokluk, O., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, S. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve Lisrel uygulamaları*. Pegem Akademi.
- Duru, E. (2008). The predictive analysis of adjustment difficulties from loneliness, social support, and social connectedness. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 8(3), 849-856.
- Duru, E. (2007). Sosyal bağlılık ölçeğinin Türk Kültürüne uyarlanması. *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 26, 85-94.
- Erzen, E. (2018). *Üniversiteye uyum: Ölçek geliştirilmesi ve uyumun kişilik özellikleri, sosyal destek, akademik özyeterlik açısından incelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Finn, J. D. (1993). *School engagement and students at risk*. Washington, DC: National Center for Education Statistics.
- Finn, J. D. (1989). Withdrawing from school. *Review of Educational Research*, 59(2), 117-142.
- Gerdes, H., & Mallinckrodt, B. (1994). Emotional, social, and academic adjustment of college students: A longitudinal study of retention. *Journal of Counseling and Development*, 72, 281-288. <https://doi.org/10.1002/j.1556-6676.1994.tb00935.x>

- Gonzales, J. (2006). *The acculturation experience of international graduate students: a qualitative investigation*. Unpublished Doctoral Dissertation. Graduate School of the University of Notre Dame, Indiana.
- Karahan, F., Sardoğan, M. E., Özkamalı, E., & Dicle, A. N. (2005). Üniversite 1. sınıf öğrencilerinin üniversiteye uyum düzeylerinin sosyokültürel etkinlikler açısından incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(30), 63-71.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel.
- Kızılkaya H., & Doğan İ., (2022). Üniversite öğrencilerine yönelik akademik aidiyet ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 12(1), 60-68. <https://doi.org/10.5961/higheredusci.954289>
- Koç, M., Avşaroğlu, S., & Sezer, A. (2004). Üniversite öğrencilerinin akademik başarıları ile problem alanları arasındaki ilişki. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 483-497.
- Krause, K. L., & Coates, H. (2008). Students' engagement in first-year university. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 33(5), 493-505.
- Kuh, G. D. (2009). What student affairs professionals need to know about student engagement. *Journal of College Student Development*, 50, 683-706. doi:10.1353/csd.0.0099
- Kuh, G. D., Cruce, T. M., Shoup, R., Kinzie, J., & Gonyea, R. M. (2008). Unmasking the effects of student engagement on first-year college grades and persistence. *The Journal of Higher Education*, 79(5), 540-563.
- Lewis, K. L., Stout, J. G., Pollock, S. J., Finkelstein, N. D., & Ito, T. A. (2016). Fitting in or opting out: A review of key social-psychological factors influencing a sense of belonging for women in physics. *Physical Review Physics Education Research*, 12, 020110. doi: 10.1103/PhysRevPhysEducRes.12.020110
- Osterman, K. F. (2000). Students' Need for Belonging in the School Community. *Review of Educational Research*, 70(3), 323-367. <https://doi.org/10.3102/00346543070003323>
- Pickett, C. L., Gardner, W. L., & Knowles, M. (2004). Getting a cue: The need to belong and enhanced sensitivity to social cues. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(9), 1095-1107. <https://doi.org/10.1177/0146167203262085>
- Ramsay, S., Jones, E., & Barker, M. (2007). Relationship between adjustment and support types: Young and matured-aged local and international first year university students. *Higher Education*, 54, 247-265.

- Reischl, T. M., & Hirsch, B. J. (1988). Identity commitments and coping with a difficult developmental transition. *J Youth Adolescence*, 18, 55–69. <https://doi.org/10.1007/BF02139246>
- Rientes, B., & Tempelaar, D. (2013). The role of cultural dimensions of international and dutch students on academic and social integration and academic performance in the Netherlands. *International Journal of Intercultural Relations*, 37, 188-201.
- Skinner, E. A., & Belmont, M. J. (1993). Motivation in the classroom: Reciprocal effects of teacher behavior and student engagement across the school year. *Journal of Educational Psychology*, 85(4), 571-581.
- Yalım, D. (2007). *Üniversite birinci sınıf öğrencilerinin uyumu: Psikolojik sağlık, basa çıkma, iyimserlik ve cinsiyetin rolü*. Yüksek lisans tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Zumbrunn, S., McKim, C., Buhs, E., & Hawley, L. (2014). Üniversite sınıfında destek, aidiyet, motivasyon ve katılım: karma yöntemli bir çalışma. *Öğretim Bilimi*, 42(5), 661–684. <https://doi.org/10.1007/s11251-014-9310-0>

# Bölüm 11

## Katılım Bankacılığının Finansal Kapsayıcılığa Katkısı; Türkiye ve Malezya Üzerine Bir Karşılaştırma

Senanur DOĞAN<sup>1</sup>  
Burhan GÜNAY<sup>2</sup>

### Giriş

Faizsizlik ilkesini benimseyen katılım bankacılığı, dinen yasaklanan ekonomik faaliyetleri yapmayı reddeden bir yapı olarak açıklanabilir. Katılım bankalarının en belirgin özelliği hem faizsizlik prensibi hem de tasarruf sahiplerinin birikimlerini ekonomiye kazandırmaktır. Sektörde gün geçtikçe daha da büyüyen katılım bankaları, uygulamalarında bazen geleneksel bankalarda kullanılan tekniklerden faydalanarak atıl fonları finansal sisteme dahil etmektedir (Çobankaya, 2014). Günümüz küresel finansal sistemi, geleneksel bankacılığın yanı sıra alternatif finans modellerinin de gelişmesine olanak sağlamaktadır. Özellikle faizsiz finans prensiplerine dayanan katılım bankacılığı, İslam dünyasında ve uluslararası finans piyasalarında artan bir ilgiyle karşılanmaktadır. Bu bankacılık sistemi, faiz yerine kar-zarar ortaklığına dayalı finansman modelleri ile geleneksel bankacılıktan farklı bir yapıya sahiptir. Hedefleri spekülasyon işlemleri sınırlandırmak ve reel ekonomiye katkı sağlamaktır. Katılım bankacılığı, dünya genelinde Müslüman ülkelerde piyasa koşulları ve yasal düzenlemeler çerçevesinde gelişim göstermiştir. Bu bağlamda Türkiye ve Malezya, katılım bankacılığının gelişimi açısından öne çıkmaktadır.

Türkiye ve Malezya'daki katılım bankacılığı sistemleri, her iki ülkenin ekonomik yapısı ve finansal düzenlemeleri açısından farklılık göstermektedir. Malezya, devletin doğrudan müdahalesi ve destekleyici düzenlemeleri sayesinde İslami finans ekosistemini kurumsal bir çerçevede geliştirmekteyken, Türkiye'de

<sup>1</sup> Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Finans Bölümü  
Yüksek Lisans Öğrencisi, senanur\_dogan@icloud.com

<sup>2</sup> Doç. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Şereflikoçhisar Uygulamalı Bilimler Fakültesi,  
Finans Bankacılık Anabilimdalı, burhangunay@aybu.edu.tr, ORCID:0000-0001-5390-006X

katılım bankacılığı sistemi daha rekabetçi bir piyasa yapısı halindedir. Bu çalışmada, Malezya ve Türkiye’deki katılım bankacılığı sistemleri karşılaştırmalı olarak benzerlikler ve farklılıklar ele alınacaktır.

### **Katılım Bankacılığı Ve Finansal Kapsayıcılık**

Katılım bankacılığı, faizsiz finans prensiplerine dayalı olarak çalışan ve İslami finans kurallarına uygun bankacılık hizmetleri sunan bir finans sistemidir. Geleneksel bankacılıktan ayrılan kısmı, faiz (riba) yerine kar-zarar ortaklığı esasına dayanmasıdır. Faizsiz kuruluşlar, özel, cari ve katılma hesapları yoluyla sermaye sağlayarak kredi kullandırmayı amaçlayan finans kurumlarıdır. Aynı zamanda işlemlerden kar veya zarar üretmeyen üretime finansal destek veren ya da bu işlemleri kendisi gerçekleştiren ve bu işlemler sayesinde elde edilen kar / zararı tasarruf sahipleri ile bölüşen kurumlar şeklinde tanımlanabilir (Tunç, 2010:113).

### **Katılım Bankacılığının Temel İlkeleri**

#### *Banka Özelliğine Sahip Olması*

Katılım bankaları da diğer banka çeşitlerinden Mevduat Bankaları ile Kalkınma ve Yatırım Bankaları gibi bankacılık unvanına 2005 yılında çıkarılmış olan 5411 sayılı Bankacılık Kanunu sayesinde sahip olmuştur (Özulucan ve Deran, 2009: 89).

#### *Faizsizlik İlkesiyle İşlem Yapması*

Tasarruflarını finansal açıdan değerlendiremeyen bireylerin birikimlerini faizsiz esaslar doğrultusunda ekonomiye kazandırılmasıdır. Yastık altındaki finansal kaynakların konvansiyonel bankalar tarafından ekonomiye kazandırılmamasının temel sebebi, tasarruf sahiplerinin İslami bakış açılarıdır (Rodoplu, 1997: 9).

Katılım bankaları, süregelen ekonomik sistemde İslam’a uymayan faizi dikkate almadan, müşteriler ile birlikte faizsiz bankacılık sistemini işleyen duruma getirmişlerdir. Bu sistemde riba yerine, ortaklığın içselleştirilmesi; faizsiz bankacılık sistemine uygun finansman çeşitlerinin kullanılmasına imkân tanımıştır.

#### *Aracı Kurum Özelliğine Sahip Olması*

Katılım bankacılığı, finansal işlemlerin spekülatif (tahmine dayalı) veya sanal ekonomide değil, reel ekonomide gerçekleşmesini gerektirir. İnsanların belli bir kısmı İslami görüşleri dolayısıyla faizle yatırım yapamadıkları için yastık altında tuttukları varlıkları atıl kalmaktadır. Bu kurumlar, finansal alanda konvansiyonel bankalara gitmeyen sermayeleri ekonomiye katmak ve elde kalan fonları değerlendirmelerine katkıda bulunmak amacıyla kurulmuştur. Şirketlere ve iş

insanlarına finansman desteği sağlamaktadır. Kar-zarar durumunu temel alarak çalışan katılım bankaları sağlıklı olarak fon kullandırabildikleri neticesinde ekonomik sistemde gerçekleşen finansal krizden en az seviyede etkilenmektedirler (Akyüz, 2008:25).

### **Katılım Bankalarının Finansal Kapsayıcılıktaki Rolü**

Katılım bankaları, finansal kapsayıcılığı artırmada önemli bir rol oynar. Katılım bankaları, faizsiz finansman modeli ile faize duyarlı kişi ve kurumlar için bankacılık faaliyetlerine erişimi kolaylaştırır. Bu sayede finansal sistem dışında kalabilecek kesimlerin finansal hizmetlerden yararlanmasını sağlar.

Geleneksel mevduat sistemine alternatif olarak kâr payı esasına göre hesaplar sunarak bireylerin tasarruf yapmasını teşvik eder. Haliyle banka hizmetlerine erişimi sınırlı olan bireylere finansal entegrasyonu sağlama konusunda etkilidir (Körüklü, 2022:54). Teknolojinin gelişimiyle birlikte, katılım bankaları dijital bankacılık hizmetleri sunarak, özellikle kırsal bölgelerde yaşayan ve banka şubelerine erişimi olmayan tasarruf sahiplerinin finansal hizmetlere ulaşmasını kolaylaştırır.

### **Türkiye’de Katılım Bankacılığı**

Türkiye’deki bireylerin birçoğunun Müslüman olması açısından İslami finans sektöründe değerlendirilmeyen birikimlerin ekonomiye kazandırılması için çalışmalar başlamıştır.

Türkiye’de İslami kuralları dikkate alan kurumların başlangıcı 1975’li yıllara dayanmaktadır. 11.11.1975 tarihinde kurulmuş olan Devlet Sanayi ve İşçi Bankası bu sektördeki ilk örnek olarak söylenebilir. Bankanın asıl hedefi, vatandaşın ve Türkiye dışındaki çalışanların tasarruflarını ekonomik olarak birleştirerek kar elde etmek, sanayi tarafındaki yatırımlara yönelmektir. Asıl gayesi sanayi alanına katkıda bulunmak olan banka, faiz ve faizsiz çalışma yönünden kararı yönetim kuruluna bırakmıştır. Sonucunda ise 1975-1977 yılları arasında faaliyette bulunmuş, 1978’den itibaren ise faiz esaslı devam ederek geleneksel bankaların sistemine ayak uydurmuştur (Karapınar ve Aydın, 2003:14-15).

Günümüzde Katılım Bankacılığı olarak bilinen finans sektörü, kapalı ekonomiden serbest piyasa ekonomisine geçişin yaşandığı 1980’li yıllarda, küresel piyasalara uyum sağlama sürecinde şekillenmiştir (Özcan ve Hazıroğlu, 2000: 9). Faaliyete başladıkları ilk andan itibaren 1999 yılına kadar farklı yönetmelikler beraberinde ve bu tarihe kadar Özel Finans Kurumları Bankalar Kanunu aracılığıyla görevlerine devam etmişlerdir. 1999’dan 2005 yılına kadar da Katılım Bankaları adıyla düzenlenmiş yasal mevzuatlar bulunmaktadır. 1

Kasım 2005 tarihinde Resmî Gazetede yayınlanan 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun yürürlüğe girmesinden sonra Özel Finans Kurumları ismi kaldırılmış ve bu alanda faaliyette bulunan tüm bankalar Katılım Bankası adını almıştır (Sırım, 2013: 187).

Türkiye 1975'te İslam Kalkınma Bankası'nda kurucu üyeler arasında bulunmuş ve 1984 senesinde buradaki sermayesini arttırarak en büyük ortaklar arasında yerini almıştır. Bu sayede yönetim kurulunda devamlı üye bulundurmaya hak kazanmıştır (Ustaoglu, 2014: 24).

### **Türkiye'deki Katılım Bankalarının Finansal Kapsayıcılığa Katkıları**

Katılım bankacılığı, Türkiye'de finansal kapsayıcılığı artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Ekonomide büyümeyi etkileyen en önemli faktörler arasında bankacılık sektörü bulunmaktadır. Geleneksel bankacılıktan kaçınan bireyler ve işletmeler için faizsiz finansman modelleri sunarak finansal sisteme katılımı artırmaktadır. Yine bireylerin tasarruf ve yatırım yapmalarına imkân tanımaktadır (Afşar, 2007:190).

Katılım bankaları, reel ekonomiye dayalı finansman modelleriyle KOBİ'ye (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler) destek sağlayarak girişimciliği teşvik etmektedir. Müşteriler faizsiz finans modelleriyle tanıştıkça finansal okuryazarlık artmaktadır. Dijital işlemleri, mobil bankacılık kolaylıkları sayesinde daha geniş kitlelere ulaşarak finansal kapsayıcılığı artırması da katkıları arasındadır. Genel itibariyle, katılım bankacılığı Türkiye'de finansal kapsayıcılığı artırarak bireylerin ve işletmelerin finansal sisteme entegrasyonunu sağlamaktadır. Faize duyarlı kesimin ise atıl fonlarını finansal sisteme kazandırarak ekonomik gelişmeye ekonomik katkı da bulunmaktadır (Arslan, 2020:60).

### **Malezya'da Katılım Bankacılığı**

İslami finans sektöründe lider durumda olan ülkelerden Malezya'da Katılım Bankalarının fonları ve diğer İslami kıymetler önemli kısmı kaplamaktadır. Ülkede, bu faizsiz finansal gelişimin ilerlemesi için Şeriat kurallarına uyularak yeni finansal enstrümanların geliştirilmesi adına çalışmalar yapılmaktadır (Gedikli ve Erdoğan, 2019:252).

Malezya, yıllar içerisinde farklı ekonomik planlar uygulayarak ürünlerini çeşitli hale getirmeye başlamıştır. Malezya'nın yıllar içinde gelişmesinde, bankacılık, sigortacılık ve farklı finansal kurumlarda yapılan çalışmaların etkisi fazladır (Shah, 2019:3). Malezya İslami Bankacılık sektöründe dünyada ilk üç ülke arasında bulunmaktadır.

Malezya'da ilk İslami finans uygulamalarının tarihçesi 1960'lı yıllara dayanmaktadır. Hac görevlerini yapmak isteyen bireylerin birikimlerini

değerlendirmek amacıyla 1963'te kurulan Tabung Haji (Hacı Tasarrufları Şirketi), Malezya'daki ilk İslami kurum olarak öne çıkmaktadır (Kâmil, 2014:305). Yıllar içinde 1981'de gerçekleştirilen İslam Bankası Milli Komisyonu'nun 1982 yılında devlete sunduğu rapor, bir yıl sonra resmi hale getirilerek İslami Bankacılık Kanunu ismiyle faaliyete başlamıştır. Yine 1983 yılında Malezya'nın ilk Katılım Bankası unvanına sahip Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) kurulmuştur. Bu banka arkasında devlet desteği alarak faaliyetlerini sürdürmüştür. İslami Bankacılık Kanunu sonrasında 1984'te Tekafül Kanunu ortaya çıkmıştır. Bu durumun ardından Malezya'nın birinci İslami sigortacılık şirketi Syarikat Takaful Malaysia kurulmuştur (Güçlü ve Kılıç, 2019: 286). Bank Islam Malaysia Berhad'ın kurulmasıyla birlikte İslami açıdan sağlam temellerin atılmasına öncülük etmiştir. 1993 yılından sonra ise BIMB, Kuala Lumpur Borsa'sına kayıt olduktan sonra faaliyetlerine başlamıştır. Bu durum sayesinde borsada işler ilerlemiş ve gözle görülür bir rekabet durumu oluşmuştur. 1999'da Bank Muamalat Malaysia Berhad isimli ikinci İslami Banka kurulmuştur.

İslami finansal sistemin hızlı bir şekilde büyümesi, Malezya'nın küresel sisteme hızla uyum sağlamasını hızlandırmıştır. Ülke, İslami tahvil (Sukuk) ihracında dünya liderleri arasındadır. Aynı zamanda Malezya hükümeti, İslami finansın gelişmesine yön vermek amacıyla vergi avantajları ve fon desteği sağlamaktadır (Gedikli ve Erdoğan, 2019: 261).

### **Malezya'da Katılım Bankalarının Finansal Kapsayıcılığa Katkıları**

Finansal kapsayıcılık, mali kriz sonrasında dünyada gittikçe yükselen bir alana dönüşmüştür. Finansal kapsayıcılığın giderek artırılması, banka kullanmayan tasarruf sahiplerinin finansal sektöre yönlendirilerek eşitsizliği en aza indirgeyebilir. Haliyle bireylerin birikimlerini değerlendirmelerini ve risklere karşı savunma mekanizması oluşturmalarına etki eder.

Malezya'da katılım bankaları, finansal erişimi genişletmede ve ekonomik katılımı teşvik etmede önemli bir görev üstlenmektedir. İslami finans sistemini geliştirmiş olması, geniş ürün seçeneği ve dijital bankacılık çözümleri Malezya'da finansal kapsayıcılığı artıran temel faktörlerdir. Ülkedeki İslami bankalar, dar gelirli bireylerin finansa erişimini kolaylaştırmak için faizsiz mikro finans programları sağlamaktadır. Zekât ve sadaka desteklerini finansal kapsayıcılığı artırmak için kullanmaktadır. Aynı zamanda bu bankalar, faizsiz finansman modelleri sunarak küçük ve orta büyüklükteki kurumların gelişmesini sağlamaktadır. Murabaha, Mudaraba, İcara gibi finansman modelleri, işletmelere kredi desteği sunmaktadır (Özşuca, 2019).

**Tablo 1. Fon Kullandırma Yöntemleri**

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | Faizsiz bankacılıkta toplanan fonlar, faizsiz finansman yöntemleri sayesinde fon talep edenlere kullanılır.                                                                                                                                                                                                        |
| Murabaha                          | Peşin alınan malın karlı olarak vadeli satma işlemidir. Bu işlemde satıcı peşin aldığı ürünün fiyatına vade ekleyerek kar etmektedir.                                                                                                                                                                              |
| Teverruk                          | Nakit elde etmek için vadeli aldıktan sonra peşin olarak satmak olarak ifade edilebilir.                                                                                                                                                                                                                           |
| Mudarebe (Emek-Sermaye Ortaklığı) | Ortaklığa bir taraf sermayesi ile bir taraf emeği ile dahildir. Kişilerden birinin sağladığı sermayenin, diğer kişinin emeği ile değerlendirmesi sonucunda elde edilen kar başta belirlenen oranda paylaşılır.                                                                                                     |
| Müşareke (Kar-Zarar Ortaklığı)    | Sermayeyi her iki taraf da karşılar. Yapılan ortaklık sonrası elde edilen kar başta anlaşılan oran miktarında paylaşılır. Müşteri sermaye harici emeğini de ortaya koyması dolayısıyla kardan daha fazla miktarda pay alma ihtimali vardır. Olası zarar ihtimalinde kişiler hisseleri kadar zarardan etkilenirler. |
| Selem (Vadeli Satış)              | Selem, belirli bir malın ya da hizmetin hepsinin peşin halde ödenerek ileride satın alınması işlemidir.                                                                                                                                                                                                            |
| İstisna (Üretim Siparişi)         | Gerçekte hazır olmayan ve üretilecek malın satılmasıdır. Bu işlem çoğunlukla inşaat ve tarım projelerinde sağlanmaktadır. Müşteri belirli bir ödeme yaptıktan sonra kalan miktarı parça parça olarak bankaya öder.                                                                                                 |
| İcara (Leasing)                   | Kelime anlamı kiralama değildir. Belirli bir ürünün belirli ödeme karşılığı satılması durumuna icara denir.                                                                                                                                                                                                        |
| Sukuk (Kira Sertifikası)          | İslami tahvil olarak bilinir. Geleneksel tahvillerin aksine, yatırımcılara belirli bir varlığa dayalı mülkiyet hakkı sağlar ve faiz yerine bu varlıktan elde edilen gelirden pay alırlar.                                                                                                                          |

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır.

### **Türkiye’deki İslami Bankalar**

*Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.:* Türkiye’deki ilk katılım bankası unvanına sahip bankadır. 5 Kasım 1984 tarihinde kurulmuş ve 21 Ocak 1985 tarihinde faaliyete geçmiştir (Albaraka Türk Katılım Bankası, 2019:1). Ürdün, Mısır, Tunus, Sudan, Bahreyn, Güney Afrika, Cezayir, Lübnan, Suriye, Pakistan, Libya, Irak ve Türkiye olmak üzere toplamda 13 ülkede faaliyet göstermektedir. Borsa İstanbul’da işlem gören tek katılım bankasıdır. 2025 yılı itibarıyla 225 şubeye sahiptir.

*Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.:* 1989’da Özel Finans Kurumu statüsünde Kuveyt merkezi olmak üzere kurulmuştur. Faizsiz bankacılık alanında hizmet vermektedir. 2006 senesinde ‘Kuveyt Türk Katılım Bankası’ unvanını almıştır. 2025 yılıyla birlikte 448 şubesi bulunmaktadır (TKBB, 2025).

*Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.:* Banka, 1991 senesinde yerli sermaye ile kurulan ilk finansal kuruluş olan ‘Anadolu Finans’ ile 1985- 2001 seneleri

arasında ‘Faisal Finans Kurumu’ adı altında İslami bankacılık alanında faaliyet gösteren Family Finans’ın 2005 yılında güçlerini birleştirmesiyle oluşmuştur (Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.). 2025 Ocak itibariyle 292 temsilcilikle hizmet vermektedir (TKBB, 2025).

*Ziraat Katılım bankası:* Hepsi T.C. hazinesi tarafından karşılanan 675.000 TL sermaye ile, BDDK’nın 15 Ekim 2014 tarihli ve 29146 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanan 10 Ekim 2014 tarihli 6046 sayılı izniyle kurulmuştur. 16 Şubat 2015 tarihinde tüzel kişilik kazanmış, 29 Mayıs 2015 tarihinde ise ilk şubesini açarak faaliyetlerine başlamıştır (Ziraat Katılım Bankası, 2023). 2025 yılında 211 şubesiyle faaliyet göstermektedir (TKBB, 2025).

*Vakıf Katılım Bankası:* BDDK’nın 3 Mart 2015 tarihinde kurulmuştur. 25 Haziran 2015 tarihinde ticaret sicilinde tescil işlemi gerçekleştirilerek tüzel kişilik oluşturulmuştur. 24 Şubat 2016 tarihinde ise asıl faaliyetine başlamıştır (Vakıf Katılım Bankası, 2023). 2025 yılı ile birlikte toplamda 205 şubesiyle işlem görmektedir (TKBB, 2025).

*Emlak Katılım Bankası A.Ş.:* 1926 senesinde Eytam Bankası ismiyle kurulan kuruluş, sırasıyla Türkiye Emlak Kredi Bankası, Tek Bank ve Türkiye Emlak Bankası adlarıyla faaliyetleri devam etmiştir. 2019 yılında BDDK’nın faaliyet izniyle birlikte Türkiye Emlak Katılım Bankası adıyla tekrardan hizmet vermeye başlamıştır (Emlak Katılım Bankası, 2022). Günümüzde toplamda 115 adet şubesi bulunmaktadır (TKBB, 2025).

### **Türkiye ve Malezya’nın Katılım Bankacılığı Sistemlerinin Karşılaştırılması**

Günümüzün aşırı finansallaşmasıyla beraber oluşan risk, sürdürülebilirlik ve finansal refahı oluşturmak amacıyla fonların en faydalı şekilde yönlendirilmesi kaçınılmazdır (Işık, 2021;105).

Malezya Merkez Bankası (BNM) finansal okuryazarlığın çoğaltılmasında öne çıkmaktadır. BNM aracılığıyla İslami finans eğitimi için belli başlı kurumlar vardır. Malezya, İslami finans alanındaki başarısı dolayısıyla bankacılıkta lider konumundadır. Köklü ve geniş bir hukuki çerçeveye sahiptir (Işık, 2021;108).

Türkiye’de toplumun belirli bir kesimi faizsiz finansı benimsemiş olsa da, katılım bankaları hala büyük kitlelere ulaşmakta sıkıntı yaşıyor. Malezya’da durum tam tersi olmak üzere İslami finans toplumun büyük bir kesimi tarafından benimsenmiştir ve bankacılık sistemi gündelik yaşamın bir parçası haline gelmiştir.

Türkiye, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) tarafından denetlenir ve Türk Bankacılık Kanunu sınırlarında faaliyette bulunur. Konvansiyonel bankalar ile aynı yasal düzenlemelere uymak durumundadır anca

faizsiz sisteme göre işlem görür. Malezya’da ise Bank Negara Malaysia, İslami bankacılığı destekleyen düzenlemeler geliştirmiştir.

Malezya, Endonezya ile birlikte İslam aleminin Güneydoğu çizgisinde bulunmaktadır. Türkiye ise bu görevi Doğu Avrupa ve Batı Asya ile yürütmektedir. Malezya yüz ölçümü olarak Türkiye’den daha küçüktür. Her iki ülkede de İslami bankacılığın yürütülmeye başlaması 1983 yılına uzanmaktadır. Türkiye’de katılım bankalarının ÖFK adı ile faaliyete devam edebilmesi için kanunen kararname çıkarılmışken; Malezya’da katılım bankaları faaliyetlerini sürdürübsinler diye İslami bankacılık kanunu çıkarılmıştır. Malezya, genel olarak bakıldığında da daha iyi bir performansa sahip olduğu görülmüştür (Işık, 2021;111).

**Tablo 2.** Malezya İslam Bankalarının Toplam Varlıkları (2023)

| Banka İsmi      | Toplam Varlıklar (Milyar) |
|-----------------|---------------------------|
| Maybank         | 947,8                     |
| CIMB            | 733,6                     |
| Public Bank     | 493,3                     |
| Hong Leong Bank | 265,2                     |
| Bank Raykat     | 117,3                     |
| OCBC Malaysia   | 99,5                      |
| HSBC Malaysia   | 94,6                      |
| Bank Islam      | 90,9                      |
| Affin Bank      | 90,1                      |
| Alliance Bank   | 65,1                      |
| Bank Muamalat   | 31,5                      |
| UOB Malaysia    | 140,4                     |

**Kaynak:** AIBIM ‘den alınan veriler ile yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2’de görüldüğü üzere, Maybank, CIMB ve Public Bank gibi büyük finans kuruluşları, Malezya’daki katılım bankacılığı sektörünün en büyük oyuncuları arasında yer almaktadır. Sektörün büyük bir kısmı bu kurumlar aracılığı ile domine edilmektedir. Bank Islam’ın varlık büyüklüğü, Malezya’daki sektörün güçlü yapısını yansıtmaktadır.

Maybank ve CIMB gibi büyük oyuncuların piyasada baskın olmalarına rağmen, daha küçük bankaların da pazarın bir parçası olduğu görülmektedir. Haliyle sektörde rekabetin yüksek olduğu görülmektedir.

## **Sonuç**

Türkiye’de İslami bankacılık ürünleri daha çok bireysel ve kurumsal finansmana odaklanmış durumdadır. Faizsiz finans ilkesine duyarlı bir toplum bulunmasına rağmen, hala faizi esas alan bankalara kıyasla daha az tercih edilmektedir. Dolayısıyla sistem hala konvansiyonel bankaların gölgesindedir. Malezya, İslami bankacılık sisteminin %40’ından fazlasını oluşturmaktadır. Ülkede İslami mali sektör, genel sistemin entegre parçasıdır, Devlet tarafından ise teşvik edilmektedir. Bu devlet politikaları sayesinde sektör gündelik hayatın parçası durumundadır. Ayrıca, dünyadaki en gelişmiş İslami finans sektörlerinden birine hakimdir. Ayrıca İslami tahvil ve İslami tekafül açısından da dünya liderleri arasındadır. İslami mali piyasa çok daha derindir.

Sonuç olarak, Malezya’nın katılım bankacılığı alanındaki başarısı, devlet desteği, düzenli alt yapının sağlam oluşu, uluslararası piyasalarla toplumsal kabul açısından doğrudan orantılıdır. Türkiye ise son yıllarda kamu destekli katılım bankalarının kurulması ve faizsiz finans sisteminin geliştirilmesine yönelik yürütülen çalışmalarda ilerleme kaydetmiştir. Ancak sektörün daha da gelişmesi için özellikle hukuki altyapının güçlendirilmesi ve yeni finansal ürünlerin geliştirilmesi gerekmektedir. Malezya, küresel bir lider konumundayken, Türkiye gelişmekte olan bir piyasa konumundadır. Malezya’daki sistem daha köklü ve destekleyici regülasyonlarla gelişmiştir.

## Kaynakça

- Avcı, B.S, (2022), Finansal Kapsayıcılık ve Ekonomik Büyüme: Türkiye İçin bir Analiz, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 42: 241-254.
- Aslan T ve Sönmez Y, (2018), Malezya’da Katılım Bankacılığı, Journal of Social And Humanities Sciences Research, 17: 335-342.
- Çobankaya F.T, (2014), Katılım Bankalarının Türkiye’deki Farkındalık Düzeyinin Tespiti: Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Doğan, Ş ve İlker, S, (2024), Finansal Kapsayıcılık üzerine Bir Araştırma, Journal of Emerging Economies And Policy, 9: 222-233.
- Ekmen, İ, (2024), Finansal Kapsayıcılık ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği, Türkiye Bankalar Birliği, İstanbul.
- Güneş, İ, (2014), Katılım Bankalarının Sorunları ve Verimlilik Analizi: Türkiye-Malezya Örneği, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Gedikli A ve Erdoğan S, (2019), Malezya’da İslami Finans ve İslami Bankacılık Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme, Bilimname, 2: 251-287.
- Han, R ve Melecky M, (2014), Financial Inclusion for Financial Stability, Policy Research Working Paper, 2-24.
- Işık, M, (2021), Katılım Bankacılığının Sektör İçerisindeki Payının Arttırılmasında İslami f Finansal Okuryazarlığın Önemi: Türkiye ve Malezya Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Doktora Tezi.
- Körüklü, A, (2022), Katılım Bankalarının Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri, Tarsus Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Özşuca, A. E, (2019), Financial Inclusion In Turkey: Evidence From Individual Level Data, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi, 74: 1377-1400.
- Tetik N ve Şahin A, (2022), Türkiye ve Malezya’daki Faizsiz Bankacılık Sektörünün Finansal Performans ve Finansal Ürünler Açısından Karşılaştırılması, İnönü Üniversitesi, Doktora Tezi.
- Uysal, G, (2019), Katılım Bankacılığı, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep,

# Bölüm 12

## Türk Bürokrasisinin Dönüşümü

Sezai ZEYBEKOĞLU <sup>1</sup>

### Giriş

Max Weber, bürokrasi modelini özellikle Batı Avrupa tarihini inceleyerek geliştirmiştir. Ona göre Batı Avrupa tarihi, modernleşmenin tarihidir. Protestanlıkla dinin, modern hukukla hukukun, modern devletle devletin ve modern bürokrasiyle devlet yönetiminin rasyonelleşmesinin tarihidir. Weber, geleneksel egemenlikten yasal-rasyonel egemenliğe ve geleneksel egemenliğin Batı Avrupa'daki tipik yönetim aygıtı olan feodalizmden yasal-rasyonel egemenliğin tipik yönetim aygıtı olan modern bürokrasiye geçişini ayrıntılı bir şekilde incelemiştir. Bu çalışmada, birinci bölümde Weber'in bürokrasi modeline kısaca temas edildikten sonra, ikinci bölümde egemenlik zemininde dönüşüm, egemen ve egemenlik aygıtı arasındaki ilişkilerde dönüşüm ve egemenlik aygıtının özelliklerinde dönüşüm bağlamında Batı Avrupa'da modern bürokrasiye geçiş ele alınmaktadır. Üçüncü bölümde ise yine aynı kriterlerin Osmanlı'dan başlayarak Tanzimat Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi Türk bürokrasisine uygulanmasına çalışılmaktadır. Meşru egemenliğin üç tipi ve bunların tipik yönetim aygıtlarının kıyaslanmasına Türk bürokrasisinin de dâhil edilmesiyle ortaya çıkan sonuçta Osmanlı kadim sisteminin yasal rasyonel egemenlikle ve Osmanlı patrimonial bürokrasisinin modern bürokrasiyle benzerliği dikkat çekicidir. Tanzimat dönemi uygulamalarıyla bu benzerlik daha da artmış ve Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte meşruiyet zemininde gelenekten hukuka doğru bir kaymanın dışında önemli bir değişikliğin olmadığı tespit edilmiştir.

### 1. Bürokrasi Modeli

Max Weber, bürokrasi modelini egemenlik sosyolojisinden hareketle geliştirmiştir. Her egemenlik şeklinin kendine özgü bir yönetim aygıtı vardır ki bu sebeple egemenlik türü ve yönetim aygıtının şekli birbirinden ayrı düşünülemez. “Her yönetim, bir şekilde egemenliğe muhtaçtır, çünkü yönetimin çalışabilmesi için emretme gücü birinin eline verilmiş olmalıdır” (Weber, 1922: 653). Yani egemenlik,

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Koordinatörlüğü, szeybekoglu@mehmetakif.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3467-9333>

egemenleri ve egemen olunanları gerektirir ki egemen olunanların bir egemenliği neden kabul ettiklerini belirleyen “meşruiyet inancı” da egemenlik aygıtının şeklini belirlemektedir (Chazel, 2010: 2; Dursun, 2012: 137-138). Egemen olunanların çoğunluğunun bir egemenliği meşru görmesi olarak tanımlanan meşruiyet inancına dayanarak Weber, meşru egemenlik tipolojisini geliştirmiştir. Buna göre Weber, meşru egemenliği, i) konulan yasal düzenin meşruluğuna olan inanca ve egemenin bu meşru düzenden kaynaklanan yönetme hakkına dayanan yasal-rasyonel egemenlik, ii) ezelden beri var olan düzenin kutsallığına olan inanca dayanan geleneksel egemenlik ve iii) bir kişinin örnekliliğine, kahramanlığına veya kutsallığına dayanan karizmatik egemenlik olmak üzere üç idealtip olarak incelemiştir (Weber, 1922: 37). Yasal rasyonel egemenlik modern devletlerin, geleneksel egemenlik feodal, patrimonyal ve patriarkal imparatorlukların, karizmatik egemenlik ise savaş kahramanlarının, kurtarıcıların, peygamberlerin meşruiyet kaynağıdır (Weber, 1922: 165-172).

Weber’in egemenlik tipleri arasında tarihsel bir sıralama yapmak doğru değildir. Karizmatik egemenlik şartların uygun olduğu her dönemde ortaya çıkabilir; fakat daha sonra geleneksel egemenliğe veya yasal-rasyonel egemenliğe dönüşebilir. Aynı şekilde geleneksel egemenliğin yasal-rasyonel egemenliğe veya yasal-rasyonel egemenliğin geleneksel egemenliğe dönüştüğü durumlar söz konusu olabilir (Bayer ve Mordt, 2008: 104; Münkler ve Strassenberger, 2016: 105). Fakat modern bürokrasinin ortaya çıkma sürecinde hem Batı Avrupa hem de Osmanlı örneğinde geleneksel egemenlikten yasal-rasyonel egemenliğe doğru bir dönüşüm gözlemlendiği için, bu çalışmada bu geçiş sürecine odaklanılmaktadır.

**Tablo 1:** Max Weber'in Egemenlik Tipolojisinde Yönetim Aygıtlarının Özellikleri

|                                                        |                                           | <b>Yasal Egemenlik</b>                                                    | <b>Geleneksel Egemenlik</b>                                               |                                                          | <b>Karizmatik Egemenlik</b>                        |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <b>Egemenlik zemininde dönüşüm</b>                     | <b>Meşruiyetin dayanağı</b>               | Kanun                                                                     | Mevcut düzenin kutsallığına inanç                                         |                                                          | Duygusal bağlılık                                  |
|                                                        | <b>Yönetim aygıtının yalın tipi</b>       | Bürokratik egemenlik                                                      | Patrimomyal egemenlik                                                     | Zümresel (feodal) egemenlik                              | Peygamber, savaş kahramanı veya demagog egemenliği |
| <b>Yönetim aygıtının özelliklerinde dönüşüm</b>        | <b>Yönetim araçları üzerinde tasarruf</b> | Egemen tarafından el koyma, ev ve işyerinin ve makam ve kişinin ayrılması | Egemen tarafından el koyma, personelin egemenin hanesinde iâşe ve ibatesi | Personel tarafından el koyma, makam tımarın eklentisidir | Yönetim araçlarının rasyonel temini yok            |
|                                                        | <b>Asıl Meslek</b>                        | Evet. Hayat boyu, kariyer                                                 | Evet. Kapıkulu                                                            | Hayır. Periyodik, saray memuru veya yan görev            | Hayır                                              |
|                                                        | <b>Ehliyet</b>                            | Branş eğitimi                                                             | Doğumla, egemene yakınlık                                                 | Doğumla                                                  | Kişisel karizmatik ehliyet                         |
|                                                        | <b>Personelin ödenmesi</b>                | Para                                                                      | Doğal gelir                                                               | İmtiyazlar, harçlar, arpalık gelirleri                   | Ganimet, yardım                                    |
| <b>Egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkilerde</b> | <b>Sosyal işe alma</b>                    | Şekli serbest sözleşme: Memur, işçi (tarihte sosyal seçicilik)            | Köle, hadım, pleb, okumuş (mandarin, ruhban)                              | Asıl                                                     | Havari, takipçi                                    |

**Kaynak:** Derlien vd., 2011: 50-52

Bir egemenlik tipinden başka bir egemenlik tipine geçişte, bazı yapı değişiklikleri meydana gelmektedir. Geleneksel egemenlikten yasal-rasyonel egemenliğe geçişte, i) meşruiyet zemininde bir dönüşüm, ii) yönetim aygıtının özelliklerinde bir dönüşüm ve iii) egemen ile yönetim aygıtı arasındaki ilişkide bir dönüşüm gerçekleşir (Derlien vd., 2011: 48). Bu çalışmada, dönemler arasında meydana gelen

yapı değişiklikleri Batı Avrupa ve Osmanlı örneklerinde ele alınmaktadır. Weber'in egemenlik tipolojisine göre yönetim aygıtının özellikleri Tablo 1'de görülmektedir.

i) Meşruiyet zemininde dönüşüm ile kastedilen, geleneksel egemenlikte geleneğin kutsallığına olan inanca dayanan meşruiyet inancının, yasal-rasyonel egemenlikte konulmuş kanunların meşruluğuna olan inanç şekline dönüşmesidir. Weber'in geleneksel egemenlikten yasal-rasyonel egemenliğe geçişte gördüğü rasyonellik artışı da meşruiyet zeminindeki bu dönüşümden kaynaklanmaktadır. Zira gelenekler katı ve değiştirilemezken yasalar her zaman değiştirilebilir ve zamanın ihtiyaçlarına uygun hale getirilebilir (Breuer, 1990: 7). Yasal-rasyonel egemenlikte belirleyici olan yasaların –kim tarafından ve nasıl yapıldığına bakılmaksızın– bilinçli olarak konulmuş ve değiştirilebilir olması yanında, egemen olunanlar için olduğu kadar egemenler ve yönetim aygıtı için de bağlayıcı olmasıdır. Kuralların belirlenmiş olması, herkes için geçerli ve hesaplanabilir olması, vatandaşın işinin onun kişiliğine bakılmaksızın görülmesini ve her vakanın gayri şahsi olarak ele alınmasını sağlamaktadır.

Geleneksel egemenlik, yazılı olmayan geleneklerin kutsallığı inancına dayanır. Burada halk tebaa konumundadır ve egemenlerin egemenlik aygıtına ve egemen olunanlara karşı davranışı, ezelden beri var olduğuna inanılan gelenekler/töre çerçevesinde nispeten keyfidir. Weber, geleneksel egemenliği patriyarkal, patrimonyal ve feodal egemenlik olmak üzere üç kategoride incelemiştir. Patriyarkal egemenlik, egemenlik alanının küçük olması sebebiyle bir yönetim aygıtına ihtiyaç duymaz ve aile büyüğünün egemenliğine dayanır. Egemenlik alanının genişlemesiyle birlikte bir yönetim aygıtına ihtiyaç doğar. Patrimonyal egemenlik olarak adlandırılan bu kategoride yönetim aygıtı, aile fertleri, sadık kullar ve kölelerden oluşur. Egemen kişi, bütün ülkenin sahibidir ve insanlar onun kuludur. Egemenlik aygıtının soylulardan oluşması durumunda ise feodal egemenlikten bahsedilir (Dursun, 2012: 138).

ii) Yönetim aygıtının özelliklerindeki dönüşüm, yönetim aygıtının üyelerinin seçildikleri sınıflara göre gerçekleşmektedir. Geleneksel egemenliğin bir yönetim aygıtına ihtiyaç duyulan patrimonyal ve feodal türünde ve yasal rasyonel egemenlikte yönetim aygıtının üyeleri farklı sınıflardan seçilir. Buna göre yönetim aygıtının üyeleri, geleneksel-patrimonyal egemenlikte alt sınıflardan ve geleneksel-feodal egemenlikte soylularda seçilirken, yasal-rasyonel egemenlikteki devlet memuru mülksüz kesimlerden seçilerek serbest sözleşmeyle işe alınır. Geleneksel egemenlikte makam ve kişinin bir olması ve yönetim aygıtının yönetim araçlarının sahibi olması sonucunda üyelerin ücreti mal ve ayrıcalıklarla ödenirken, yasal-rasyonel egemenlikte memur makamdan ayırdır ve ücreti para ile ödenir. Ücretlerin ödeme şekline göre de yönetim işi geleneksel egemenlikte yan iş olarak görülürken yasal-rasyonel egemenlikte asıl iş olarak görülmektedir. Yönetim aygıtında ev ve

işyerinin ayrılması ve yönetim araçlarının şahsi kaynaklardan ayrılması, yönetim işinin asıl iş ya da yan iş olarak görülmesine bağlıdır. Yine buna bağlı olarak yasal-rasyonel egemenlikteki memur bir uzmanlık eğitimi almaktadır.

iii) Egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkiler ise yukarıdaki özellikler bağlamında farklılıklar gösterir. Geleneksel-feodal egemenlikte yönetim aygıtı yönetim araçlarının sahibidir ve egemenden görece bağımsızdır. Yasal-rasyonel egemenlikte ise egemenin yönetim araçlarına el koyması sebebiyle yönetim aygıtının üyeleri maaşlarından başka bir gelire sahip değildir ve bir hiyerarşi içinde egemene tamamen bağımlıdır. Maaşların ve işten çıkarmaların kurallara bağlanmasıyla bu bağımlılık zamanla nispeten yumuşatılmıştır.

Weber'in, yasal-rasyonel egemenliğin tipik yönetim aygıtı olan modern bürokrasinin “egemenlik uygulamanın en şekli-rasyonel formudur” (Weber, 1922: 169) şeklindeki ifadesi, yukarıdaki açıklamalar bağlamında, yani diğer egemenlik tiplerinin yönetim aygıtlarına nispetle anlaşılmalıdır. Modern bürokrasi, geleneksel egemenliğin ve karizmatik egemenliğin tipik yönetim aygıtlarına kıyasla en şekli-rasyonel yönetim aygıtıdır. Weber'in ifadesindeki şekli-rasyonellik ise amaçlarda değil, aksine sadece araçlarda bir rasyonelliği ifade etmektedir.

## **2. Batı Avrupa’da Modern Bürokrasiye Geçiş Süreci**

Weber, bilimsel çalışmalarının odağına Batı kültürünün rasyonelleşme sürecini almıştır (Assel, 1969: 199) Protestan ahlakıyla dinin, kapitalist üretim metotlarıyla ekonominin ve modern hukukla birlikte hukukun rasyonelleşmesini açıklayan Weber’e göre, modern devletin ve modern bürokrasinin ortaya çıkmasıyla birlikte devlet yönetimi rasyonelleşmiştir (Schöllgen, 1979: 33). Bu bağlamda Weber, Batı Avrupa’ya ve özellikle feodal sistemin geleneksel egemenliğinden modern devletlerin yasal-rasyonel egemenliğine geçiş sürecine yoğunlaşmıştır.

Devleti, “idari aygıtı aracılığıyla belirli bir coğrafi bölge üzerinde meşru fiziki şiddet tekeli başaran bir şekilde uygulayabilen siyasi kurum” olarak tanımlayan Weber (1922: 51), bürokratik yönetim şeklini ve rasyonel hukuku modern devletin alameti olarak görmektedir ki modern devlet, modern kapitalizmin gelişebileceği tek devlet şeklidir (Bayer ve Mordt, 2008: 147). Modern devlet, gelişimi aşamasında burjuvazi ile iş birliği yaparak aristokrasinin gücünü kırmaya çalışmıştır. Bu ilişkide modern devlet aristokrasiye karşı mücadelesinde burjuvazinin desteğini alırken, burjuvazi de ülke içinde ve dışında rahatça ticaretini yapabilmek ve ürünlerini satabilmek için güçlü bir devlete ve hesaplanabilir bir yönetim aygıtına ihtiyaç duymuştur. Feodal dönemde aristokrasinin gerçekleştirdiği yönetim görevi ise mülksüz sınıflardan sağlanan bürokrasiye verilmiştir. Bu bağlamda kapitalizmin, modern devletin ve modern bürokrasinin gelişimi, her birinin diğerine muhtaç olduğu ve diğerini desteklediği bir süreçtir.

Roma İmparatorluğunun parçalanmasından sonra Avrupa küçük egemenlik alanlarına bölünmüş, merkezi yönetimlerin yeniden güçlenmesi 19. yüzyılın milli devletlerine kadar sürmüştür (Eryılmaz, 2013: 88). Mesela feodal dönemde 1800 egemenlik alanı bulunan Kutsal Roma Germen İmparatorluğunda, merkezileşme sürecinin sonuna doğru 1806 yılına geldiği zaman geriye 30 kadar egemenlik alanı kalmıştır (Breuer, 1994: 54). Bu geçiş döneminde merkantilizmin para ekonomisine geçişi sağlaması, devletlerin güçlenmesiyle kamu hizmetlerine olan ihtiyacın artması, Roma Hukukunun sağladığı imkânlarla hukuk sisteminin rasyonelleşmesi ve ekonomik ve sosyal farklılıkların dengelenmesi, bürokrasinin doğuşunu hazırlayan sebepler olmuştur (Treiber, 2007: 132; Kalağan, 210: 1-2).

Merkezi devletlerin güçlenmesiyle birlikte Avrupa'da güvenliğin arttığı, sınırların ortadan kalktığı ve ticari faaliyetlerin arttığı gözlemlenmektedir. Ticaretin artmasıyla para ekonomisi yavaş yavaş takasın yerini almaya başlamış ve ticari kapitalizmin gelişmesine olumlu etki yapmıştır. Modern devletin ekonomik temeli olarak ortaya çıkan para ekonomisi, egemenden bağımsız olan feodal beylerin egemene bağımlı bir mali idare ve orduyla ikame edilebilmesini sağlamıştır (Rosenberg, 1958, 59). Yönetim aygıtının ücretinin para ile ödenmesi, devletin vergi gelirlerini parasal olarak toplayabilmesine bağlıdır ki bu da para ekonomisini şart koşturmuştur. Memuriyetin asıl meslek olarak icra edilmesi ve üretim araçlarının egemenin elinde toplanması, ancak bu sayede mümkün olmuş ve mülk sahibi soylunun yerine mülkü olmayan ve ücreti parayla ödenen bürokrasi sınıfı geçebilmiştir (Weber, 1922: 700-703). Merkezileşen devletler, 18. yüzyılın merkantilist uygulamalarıyla, kapsamlı bir sanayi, altyapı ve nüfus politikası uygulamıştır. Devlet gelirlerini artırmaya yönelik bu uygulamalarla yönetim; ulaşım, istatistik, nüfus sayımı gibi alanlara ayrılmış ve kamu hizmetlerinin artırılmasını gerektirmiştir (Eryılmaz, 2013: 75). Kamu hizmetlerinin genişlemesi, bu hizmetlerin görülmesi için gerekli olan personel sayısını artırmış ve bürokrasi sürekli bir büyüme dönemi yaşamıştır.

Eğitimli, uzmanlaşmış ve yazılı şekilde çalışan bir yönetim aygıtı hem yönetim aygıtının üyelerinin eğitilmesini hem de halkın okuma yazma öğrenmesini gerekli kılmaktadır. Buna bağlı olarak 18 yüzyıl kameralist memur eğitimi dikkat çekmektedir. 19. yüzyılda yaygınlaşan genel okul sistemiyle halkın okuma yazma oranı da sürekli artmıştır.

Hem öngörülebilirliğe muhtaç olan kapitalizm hem de kurallara uygun olarak çalışma durumunda olan modern bürokrasi, rasyonelleşmiş bir hukuk sistemi talep eder. Çünkü farklı hukuk alanlarına ayrılmış devletlerde birçok farklı hukuk sistemlerinin uygulanması, bütün ülkede aynı kuralların uygulanmasını imkânsız kılmaktadır. Bu dönemde kanunlar rasyonelleşmiş ve devletin özel alana ve ekonomiye müdahalesini kurallara bağlamış ve kısıtlamıştır (Breuer, 1994: 53).

Hukukun rasyonelleşmesiyle birlikte bir egemenlik bölgesinde uygulanan farklı hukuk sistemlerinin yerine tek bir hukukun uygulanması sağlanmıştır (Weber, 1922: 707-709). Diğer taraftan feodal yapının parçalanması, serfliğin kaldırılması, lonca sisteminin yerine faaliyet serbestisinin getirilmesi gibi uygulamalar, ekonomik ve sosyal farklılıkların dengelenmesini sağlamıştır ki bu farklılıkların dengelenmesi, yönetim aygıtının görevini kişinin itibarına bakmaksızın yapabilmesini mümkün kılmıştır (Weber, 1922: 711-712).

Sonuç olarak Kıta Avrupası'nda modern bürokrasinin gelişimi, kapitalizm ve modern devletin gelişimi ile iç içe geçmiş bir gelişim sürecine sahiptir ve para ekonomisinin gelişimi, kamu hizmetlerine yönelik ihtiyacın artması, rasyonel hukukun gelişmesi ve sosyal ve ekonomik farklılıkların dengelenmesi ile birlikte gelişmiştir.

### **3. Türk Bürokrasisi**

#### **3.1. Geleneksel Türk/ Osmanlı Bürokrasisi**

Osmanlı devleti patrimonyal imparatorluklar arasında sayılmaktadır. Devlet padişahın mülkü, halk ise padişahın tebaası konumundadır. Yönetim fonksiyonu, patrimonyal bürokrasi tarafından icra edilmektedir. Yönetim aygıtı açısından incelendiği zaman geleneksel egemenliğin alt tipleri olan patrimonyal egemenlik ve zümresel (feodal) egemenlik bazı ortak yönlerle sahiptir. Meşruiyetin dayanağının gelenek olması, ehliyetin doğumla kazanılması, ücretlerinin doğal gelirlerle veya ayrıcalıklarla ya da arpalıklarla ödenmesi ve para ekonomisine geçilmemiş bir doğal ekonominin hâkim olması, geleneksel egemenliğin bu iki tipinin ortak yönleridir.

Fakat bu iki egemenlik tipi, bazı yönlerden de farklılıklar göstermektedir. Her şeyden önce zümresel-feodal egemenlikte yönetim araçları yönetim aygıtının, yani feodal beylerin elindedir. Patrimonyal egemenlikte ise yönetim araçları yönetim aygıtında değil egemenin tekelindedir. Yönetim aygıtının üyeleri geleneksel-feodal egemenlikte soylulardan sağlanırken, patrimonyal egemenlikte kölelerden, hadımlardan ve eğitimli gruplardan sağlanmaktadır ki böylece yönetim aygıtı mülksüz sınıflardan seçilmektedir. Yönetim araçlarına sahip olup olmamalarına göre geleneksel-feodal egemenlikte yönetim aygıtı işini yan meslek olarak görürken geleneksel-patrimonyal egemenlikteki yönetim aygıtı, yönetim işlevini asıl meslek olarak icra etmektedir. Zümresel egemenlikte makamlar alınıp satılmakta veya kiralanabilmektedir; fakat patrimonyal egemenlikte işe alma belirli grupların zorla işe alınmasına dayanmaktadır. Zümresel egemenlikte imtiyazlarla bozulmuş bir hiyerarşi varken, patrimonyal egemenlikte en tepede egemenin bulunduğu hiyerarşik bir yapı vardır.

Patrimonyal egemenliğin geleneksel zümresel egemenlikten ayrılan özelliklerine baktığımız zaman, bunların yasal rasyonel egemenliğin tipik yönetim aygıtı olan

modern bürokrasinin özelliklerine yakınlığı dikkat çekicidir. Yönetim aygıtının yönetim araçlarından ayrılması, yönetim aygıtının üyelerinin toplumun alt sınıflarından sağlanması, yönetim aygıtının işini asıl meslek olarak görmesi, yönetim aygıtının egemen karşısında hiyerarşik bir yapı içinde olması ve egemene tamamen bağımlılığı, patrimonyal egemenliği yasal rasyonel egemenliğe yaklaştıran özelliklerdir. Bu özellikler sayesinde patrimonyal egemenliğin tipik yönetim aygıtı olarak patrimonyal bürokrasinin, geleneksel zümresel egemenliğin feodal bürokrasisi karşısında daha rasyonel olduğu söylenebilir. Zaten Weber de “yönetim araçlarından ayrılmış patrimonyal memurun modern bürokrasinin öncüsü” olduğunu belirtmektedir (Weber, 1922: 169).

Osmanlı Devleti’nde egemenliğin meşruiyet kaynağı geleneğe dayanmaktadır. Oğuz Han’ın soyundan gelmek, yönetme hakkını elinde bulundurmak anlamına gelmektedir ki Kayı boyunun Oğuzların en soylu tabakası olduğu, dini motiflerle süslenerek meşruiyet kaynağı olarak yaygınlaştırılmaya çalışılmıştır (Ortaylı, 2008: 171). Bu bağlamda yönetme hakkının geleneklere dayandırılması açısından Osmanlı devlet sisteminin geleneksel egemenlik kategorisinde ele alınabileceği söylenebilir. Yönetim fonksiyonu seyfiye, kalemiye ve ulema sınıfından icra edilen Osmanlı Devleti’nin yönetim yapısı, tımar sistemi, kapıkulu sistemi ve Medrese eğitimine dayanmaktadır.

Osmanlı’da uygulandığı şekliyle tımar sistemi, devlet hazinesinden parasal bir harcama yapmaksızın çok ayda asker yetiştirme ve beslemeye imkân tanıyan bir sistemdir (Yalçındağ, 1970: 22). Para ekonomisi olmadan düzenli ve sürekli bir ordu sağlayan tımar sistemi, askeri görevleri dışında kamu düzeninin sağlanmasında da önemli fonksiyonlar üstlenmiştir. Tarımsal üretimin kontrol altında tutulmasını ve reayanın toprağını terk etmemesini sağlamakta, bütün ülkeye yayılmış ağıyla bir nevi polis ve jandarma görevi görmek ve çevrenin merkezden bağımsızlaşmasına yönelik faaliyetlerine engel olmaktadır (Yalçındağ, 1970: 23)

Esirlerin ve devşirme çocukların yetiştirilip kullanılmasına dayanan sistem ise kul sistemi olarak adlandırılmaktadır. Bu sistemde eğitilen çocuklar, saray hizmetlerinde, süvari birliklerinde ve yeniçeri ocağında kullanılmakta ve yeteneklerine göre yükselerek sancakbeyi, beylerbeyi veya hatta sadrazamlığa kadar yükselerek Osmanlı yönetim aygıtının en önemli unsurunu oluşturmaktadır (Yalçındağ, 1970. 23-24). Padişaha tamamen bağımlı olan kapıkulu sınıfı, savaşlarda gösterdiği başarının yanında merkezi devletin gücünün korunmasında da önemli görevler görmüştür. Tımar sistemindeki sipahilerin merkeze karşı güçlenmesini önleyen en önemli unsurdur. Kul sisteminin askeri ve sivil üyeleri, padişaha sadakatle bağlı olmakla birlikte hiçbir güvenceye sahip değildirler (Akşın, 2020: 10). Özellikle yeniçerilerin ücretlerinin (ulufe) parayla ödenmesi, modern bürokrasinin özelliklerindendir. Osmanlı geleneksel bürokrasisi, Tanzimat Dönemi

bürokrasisi ve Cumhuriyet Dönemi bürokrasisinin temel özellikleri Tablo 2’de görülmektedir.

**Tablo 2: Türk Bürokrasisinde Dönüşümler**

|                                                                                |                                                       | <b>Osmanlı<br/>Geleneksel<br/>Bürokrasisi</b>                               | <b>Tanzimat<br/>Dönemi</b>                                                           | <b>Cumhuriyet<br/>Dönemi</b>     |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>Egemenlik<br/>zemininde<br/>dönüşüm</b>                                     | <b>Meşruiyetin<br/>dayanağı</b>                       | Gelenek/Kanun                                                               | Gelenek/Kanun<br>(Kanunun<br>güçlenmesi)                                             | Kanun                            |
|                                                                                | <b>Yönetim<br/>aygıtının yalın<br/>tipi</b>           | Patrimonyal<br>Egemenlik/<br>Bürokratik<br>egemenlik                        | Patrimonyal<br>Egemenlik/<br>Bürokratik<br>egemenlik<br>(Bürokrasinin<br>güçlenmesi) | Bürokratik<br>Egemenlik          |
| <b>Yönetim<br/>aygıtının<br/>özelliklerinde<br/>dönüşüm</b>                    | <b>Yönetim<br/>araçları<br/>üzerinde<br/>tasarruf</b> | Egemen<br>tarafından el<br>koyma                                            | Egemen<br>tarafından el<br>koyma                                                     | Egemen<br>tarafından el<br>koyma |
|                                                                                | <b>Asıl Meslek</b>                                    | Evet. Kapıkulu                                                              | Evet. Hayat boyu                                                                     | Evet. Hayat boyu                 |
|                                                                                | <b>Ehliyet</b>                                        | Doğumla                                                                     | Branş eğitimi                                                                        | Branş eğitimi                    |
|                                                                                | <b>Personelin<br/>ödenmesi</b>                        | Doğal gelir<br>(Tımar<br>sistemi)/Kısmen<br>para ile ödeme<br>(Kul sistemi) | Doğal gelir<br>(Parasal<br>ödemede artış)                                            | Parasal ödeme                    |
|                                                                                | <b>Sosyal işe alma</b>                                | Köle, hadım,<br>devşirme                                                    | Memur                                                                                | Memur                            |
| <b>Egemen ve<br/>yönetim aygıtı<br/>arasındaki<br/>ilişkilerde<br/>dönüşüm</b> | <b>İşe alma<br/>mekanizması</b>                       | Cebir                                                                       | Sözleşme                                                                             | Sözleşme                         |

Devlet yönetiminde söz sahibi olan bir diğer sınıf ise ulema sınıfıdır. Dini esaslara göre yönetilen Osmanlı Devleti’nde dini hükümleri öğreten ve uygulanmasını sağlayan ulema sınıfı, padişah karşısında sağlam bir pozisyona sahiptir (Akşin, 2020: 11). Ancak İslam hukukunun kamu hukukunu ayrıntılı bir şekilde düzenlememiş olması, padişahın kamu hukukuna ilişkin hükümler koymasına alan açmıştır. Değiştirilemez olan geleneğin hâkim olduğu geleneksel egemenlikten bir sapma olarak görülebilecek olan bu durum, Osmanlı devlet sistemini yasal-rasyonel egemenlik tipine yaklaştıran bir unsur olarak görülebilir.

Padişahın mutlak hâkimiyetinde tımar sisteminde ve kul sisteminde yetişen kalemiye ve seyfiye sınıfından ve medreselerde yetişen ulemeden oluşan Osmanlı patrimonyal bürokrasisi, yukarıda değinilen ve modern bürokrasinin izlerini taşıyan özellikleriyle kuruluş ve yükseliş dönemlerinde devlet yönetimini başarılı bir şekilde yerine getirmiştir. Padişahın kamu hayatını kanunlarla düzenlemesi, modern bürokrasinin ön şartlarından olan rasyonel hukuk yönünde bir gelişmedir. Kapıkullarının, sipahilerin ve ulemanın alt sınıflardan seçilmesi, işini asıl meslek olarak yapması, özellikle kapıkulu sınıfının egemene tamamen bağımlı olması ve hiyerarşik bir yapı içinde olması yanında yeniçeri ocağının ücretinin parayla ödenmesi, Osmanlı patrimonyal bürokrasisini modern bürokrasiye yaklaştıran ve feodal bürokrasiye karşı üstün kılan özelliklerdir.

Bu açıdan Osmanlı patrimonyal bürokrasisinin Weber'in öngördüğü gibi modern bürokrasinin öncülü olduğu söylenebilir. Fakat modern bürokrasiye daha yakın olan Osmanlı patrimonyal bürokrasisinin modern bürokrasiye geçişte neden geç kaldığı sorusu akla gelebilir. Max Weber'in analizlerinde modern bürokrasiye geçişin en önemli ön şartlarının, para ekonomisine geçiş, kamu hizmetlerinin artması, hukuk sisteminin rasyonelleşmesi ve ekonomik ve sosyal farklılıkların dengelenmesi olarak ifade edilmektedir (Treiber, 2007: 132). Bu ön şartlardan hangisinin Osmanlı Devleti'nde bulunmadığını incelediğimiz zaman şu sonuca varılmaktadır. Merkezi bir yapıya sahip olan Osmanlı Devleti'nde kamu hizmetlerinin feodal sisteme göre daha yaygın olduğu açıktır (Yalçındağ, 1970: 35). Padişahın kamu hukuku alanında kanun koyma uygulamalarıyla, geleneksel egemenlik içinde kalmakla birlikte feodal sistem karşısında çok daha rasyonel bir hukuk sistemine sahip olduğu da görülmektedir. Ekonomik ve sosyal farklılıklar bağlamında ise soylulardan, ruhban sınıfından ve toprağa bağlı köylülerden oluşan feodal sistem karşısında Osmanlı toplum yapısı, daha eşitlikçi bir yapıya sahiptir. Bu durumda modern bürokrasiye geçişin ön şartlarından Osmanlı Devleti'nin sahip olmadığı tek ön şartın para ekonomisi olduğu anlaşılmaktadır. Gerçi Weber, modern bürokrasinin para ekonomisi olmadan da doğabileceğini belirtmekte; fakat bunun uzun süre yaşayamayacağını Mısır bürokrasisi örneğiyle açıklamaktadır (Weber, 1922: 701). Yükselme döneminde savaşlardaki başarılarla elde edilen ganimetlerle bir süre para ile ödeme problemi aşılmış olsa da fetihlerin hız kesmesiyle özellikle yeniçerilerin maaşlarının ödenmesinde problemler yaşandığı bilinmektedir. Savaş ganimetlerinin kesilmesi üzerine başvuru vergi gelirlerinin artırılması politikası ise vergilerin toplanması görevinin mültezimlere ihale edilmesi sonucunda feodal yapıların güçlenmesine sebep olmuştur (Akşin, 2020: 14; Yalçındağ, 1970: 35) ki bu süreç, Weber'in Mısır bürokrasisinin neden çöktüğü hakkındaki açıklamalarıyla birebir aynıdır. (Weber, 1922: 701). Bu bağlamda Osmanlı patrimonyal sisteminin, oldukça uygun şartlara sahip olmasına rağmen, bürokrasinin (yeniçeri) ücretini parasal olarak

ödemeye imkân tanıyan para ekonomisine sahip olmadığı için, modern bürokrasiye geçişte geç kaldığı söylenebilir. Gerileme döneminde tımar sisteminin ve kul sisteminin bozulması, makamların alınıp satılması, ayanların feodalleşme eğilimleri ve merkezin otoritesinin azalmasının, geleneksel-patrimonyal egemenlikten geleneksel-feodal egemenliğe bir kaymayı ifade ettiği ve Weberyen anlamda bir rasyonellik kaybına sebep olduğu söylenebilir. Merkezi otoriteye rakip olan güçlerin zirve noktasına ulaşmasını Sened-i İttifakta görülmektedir ki bundan sonra yeniden merkezileşme süreci başlamıştır.

### **3.2. Tanzimat Dönemi Osmanlı Bürokrasisi**

Weber'in egemenlik tipolojisi ve farklı egemenlik tiplerinin tipik yönetim aygıtları olarak tasarladığı yönetim aygıtları idealtiplerdir. İdealtiplerin gerçek hayatta saf bir şekilde bulunmasının neredeyse imkânsız olduğunu belirten Weber, gerçek hayatın ancak bu idealtiplerin bir karışımından ibaret olabileceğini söylemektedir (Weber, 1922: 24). İdealtip yönteminin sağlayacağı fayda ise idealtiplerin kavramsal araçlar olarak kullanılarak gerçek hayatın fenomenlerinin bu idealtiplerle kıyaslanmasından ve gerçek hayatın fenomenlerinin idealtiplere ne kadar yakın veya uzak olduğunun ölçülmesinden ibarettir (Kocka, 1989: 118; Chazel, 2010: 6; Assel, 1969: 204). Bir egemenlik tipinden başka bir egemenlik tipine geçişin de belirli bir zamanda gerçekleşmeyeceği, aksine bunun zamana yayılmış bir süreç olacağı açıktır. Osmanlı devletinde geleneksel patrimonyal egemenlikten yasal rasyonel egemenliğe geçişin başlangıcı olarak Tanzimat Fermanı temel alınabilir. Aşağıda Weber'in Batı Avrupa'da geleneksel egemenlikten yasal-rasyonel egemenliğe geçiş sürecini açıklamakta kullandığı hukuk sisteminin rasyonelleşmesi, toplumsal farklılıkların dengelenmesi, kamu hizmetlerinin artması ve para ekonomisine geçiş kriterleri kullanılarak, Osmanlı geleneksel-patrimonyal egemenliğinden yasal rasyonel egemenliğe geçiş süreci ele alınmaktadır. Bu bağlamda Tanzimat Fermanından itibaren Cumhuriyetin kuruluşuna kadar geçen sürede egemenlik zemininde, yönetim aygıtında ve egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkiler bağlamında yaşanan kaymalar ele alınmaktadır.

Sened-i İttifak, feodalleşen ve devlet yönetimine ortak olan Ayan'ın konumunun merkezi yönetim tarafından kabul edilmesini ifade ediyordu. III. Selim döneminde başlayan ve Tanzimat Fermanı ile daha etkin bir şekilde uygulanmaya çalışılan politika ise merkezi devletin yeniden güçlendirilmesidir. Tanzimat Fermanıyla Ayan karşısında padişaha destek olan veya daha doğrusu egemenliği paylaşan yeni bürokrasi sınıfı olmuştur. Aydın bürokrat sınıfın en büyük destekçisi de II. Mahmud döneminde kurulan ordudur (Ortaylı, 2008: 404). Osmanlı devletinde merkezin gücünü yeniden tesis etme çabalarının II. Mahmut ile birlikte başladığı söylenebilir. Bu bağlamda Vakayı Hayriye ile yeniçeri ocağı kaldırılmış, taşradaki feodal güçler

her fırsatta yok edilmeye çalışılmış ve bunların yerine ücreti parayla ödenen memurlar atanmaya başlanmıştır. Bakanlık sisteminin kurulması ve modern bürokrasinin temellerinin atılması da yine II. Mahmut döneminde başlamıştır (Yalçınkaya, 1970: 45-46). Eyalet sisteminden il yönetimine geçiş, belediyelerin, il özel yönetimlerinin, Sayıştay ve Danıştay gibi kurumların kuruluşu bu dönemde gerçekleşmiştir (Kalağan, 2010: 89).

Mustafa Reşit Paşa öncülüğünde, Batı kültürüyle yetişmiş bir aydın sınıfının çabalarıyla gerçekleştirilen Tanzimat hareketi ise Osmanlı modernleşmesi için bir dönüm noktası olmuştur. Merkezi otorite, feodal güçlere karşı desteği bu aydınlarda bulmuştur. Ayanın gücünün kırılarak merkezi gücün artırılmaya çalışıldığı bu dönemde maaşından başka bir geliri olmayan ve kapıkulu uzantısı olarak padişah karşısında hiçbir güvenceye sahip olmayan bürokratların can ve mal güvenliğinin güvenceye alınması, yeni kadroların oluşturulması için uygun bir ücret rejiminin ve eğitimin sağlanması, Tanzimat döneminde çıkarılan kanunlarla sağlanmıştır (Aydilek, 2019: 65; Yalçındağ, 1970: 48). Egemen ve egemenlik aygıtı arasındaki ilişkilerdeki yasallık yönündeki bu dönüşüm, Tanzimat sonrası Osmanlı bürokrasisini modern bürokrasiye yaklaştıran bir unsurdur.

3 Kasım 1839 günü ilan edilen Tanzimat Fermanı, kendisinden önceki birçok ferman gibi Batı karşısında yenilen, ekonomik yapısıyla ve toplumsal kurumlarıyla sanayi çağına ayak uyduramayan bir imparatorluğun iç ve dış baskılar sonucunda ilan ettiği bir belgedir (Ortaylı, 2008: 402). Tüm tebaanın ve özellikle Gayrimüslimlerin hukuki eşitliği ilkesi, vergilendirmede (iltizam yasağı) ve askerlik hizmetinde belirli kuralların olması gibi birçok konuda yasal düzenlemelerin getirilmesini öngören, kanunsuz suç ve ceza olamayacağı prensibini benimseyen ve kul sistemini ve müsadereyi kaldırmayı öngören Tanzimat Fermanı (Ortaylı, 2008: 406-407; Akşin, 2020: 30; Hanioglu, 2016: 21-23), geleneksel egemenlikten yasal rasyonel egemenliğe doğru bir gelişimi ifade etmektedir. Daha sonra Kanun-u Esasinin kabul edilip meşrutiyet sistemine geçilmesiyle bu yöndeki gelişme Cumhuriyetin kuruluşuna kadar devam etmiştir. Fakat dini hükümlere riayetin devam etmesiyle ortaya çıkan ikili yapı (Hanioglu, 2016: 21) sebebiyle geleneksel egemenlik unsuru da yok olmamıştır. Weber'in meşru egemenlik tipleri açısından düşünüldüğü zaman geleneksel egemenliğin devam ettiği, fakat yasal-rasyonel egemenlik unsurunun güçlendiği görülmektedir. Çünkü her ne kadar padişahın yetkileri kısıtlanmış olsa da onun yönetme hakkının dayanağı hala gelenektir ve halkın padişahın yönetme hakkını kabulünü ifade eden meşruiyet inancında bir değişiklik olmamış ve meşruiyet zemininde bir kayma görülmemiştir. Bu bağlamda Tanzimat'tan Cumhuriyet'e kadar geçen yüz yıla yakın sürenin Osmanlı Devleti'nde geleneksel egemenlikten yasal-rasyonel egemenliğe geçiş dönemi olduğu ifade edilebilir.

Tanzimat sonrası Osmanlı Devleti'nde mäsaderenin kalkması ve memurun maaşının kanunlarla sabit bir şekilde parayla ödenmesi (Hanioğlu, 2016: 24) ile egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkilerde önemli değışiklikler olmuştur. Daha önce padişaha sadakatle bağı olan; fakat sadakatten ayrılmaları halinde en küçük bir güvenceye sahip olmayan kullardan oluşan kalemiye ve seyfiye sınıfları, Tanzimat'tan sonra hem hukuki hem de maddi güvenceye kavuşmuştur. Egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkilerdeki bu değışiklikler, Tanzimat sonrası Osmanlı bürokrasisini modern bürokrasiye yaklaştıran unsurlardır. Fakat Tanzimat'ın ve birlikte geliştiğı modernleşmenin itici gücü olarak bürokrasi (Önder, 2019: 2151), bu dönemde egemene tabi olmaktan çıkmış, doğrudan egemenliğı paylaşan bir sınıf haline gelmiştir. Weberyen modelde bir araç olarak tasarlanan bürokrasi, bu dönemde araç olmaktan çıkmış, amaç belirleyen bir aygıt konumuna gelmiştir. II. Abdulhamid döneminde bürokrasinin gücünün kırılmaya çalışılması ve tekrar bir araç haline getirilmeye çalışılması (Kalağan, 2010: 90; Hanioğlu, 2016: 26), bürokrasiyi modern bürokrasiye yaklaştıran ve rasyonellik artışı sağlayan bir ara dönem olarak görülebilir.

Tanzimat sonrası dönemde Osmanlı bürokrasisindeki dönüşümün Batı Avrupa örneğinden önemli bir farkı vardır. Batı Avrupa'da güçlenen merkezîyetçi devletler, feodal beylere karşı mücadelelerinde burjuva sınıfının desteğini almış ve modern bürokrasiyi hem feodal sınıfın yerine yönetim aygıtı olarak yerleştirmiş hem de bürokrasiyi kendisine bağımlı kılmıştır. Bu yönüyle Batı Avrupa bürokrasisi, egemene tamamen tabi olan bir bürokrasidir. Weber, rasyonelliğı sebebiyle genişleme ve gücünü artırma eğiliminde olan bürokrasinin (kaçınılmazlık tezi) kontrol altında tutulması gerektiğini belirterek, onun siyasetin aldığı kararları uygulama konumundan çıkıp siyasi kararlar alan bir kurum haline gelmesine karşı uyarılarda bulunmuştur (Zeybekoğlu, 2020: 52-58). Osmanlı'da ise Ayanın gücünü kırmaya çalışan merkezi otorite, bu mücadelesinde destek alabileceğı burjuva benzeri ara sınıflara sahip değildir ve tamamen bürokrasiye bağımlıdır. Modernleşme ve ekonomik liberalleşme konularında Batılı devletlerin desteğini de alan Tanzimat bürokrasisi, bu dönemde kendisine muhalif olabilecek ulema sınıfını zayıflatarak gücünü sürekli artırmış ve tabi olmaktan çıkarak egemenliğe ortak olmuştur (Kalağan, 2010: 90). Gerileme dönemindeki kapıkulu-halk zıtlaşması Tanzimat'la birlikte ulemanın da halkı desteklemesiyle bürokrat-halk zıtlaşması şeklini almıştır (Yalçınkaya, 1970: 52). Türk bürokrasinin Cumhuriyet döneminde de devam eden egemenliğe ortak olma eğilimi, modern bürokrasi idealtipinden önemli bir sapmaya ve rasyonellik kaybına işaret etmektedir.

Tanzimat döneminde eğitim medreselerin dışında laik okullarda sağlanmaya çalışılmıştır. II. Mahmut döneminde açılan askeri ve tıbbi okulların yanında Adliye Mektebi, Mülkiye Mektebi gibi okullar açılmış ve memur eğitime ağırlık

verilmiştir. Tercüme Odası, memur yetiştirilmesi açısından en önemli kurumlardan biri haline gelmiştir. Yönetimin bakanlıklar şeklinde yeniden düzenlenmesiyle bürokraside uzmanlaşma artmıştır. Bu bağlamda bürokrasinin uzmanlaşması, önceden belirlenmiş normlara göre çalışması ve gayri şahsiliği yönündeki değişimler, Tanzimat sonrası Osmanlı bürokrasisinin modern bürokrakiye yaklaştığını göstermektedir.

Batı Avrupa örneği esas alındığı zaman, modern bürokrasinin ortaya çıkma şartlarının Tanzimat dönemi Osmanlı Devleti'nde de büyük ölçüde mevcut olduğu görülmektedir. Tanzimat'la birlikte yaşanan gelişmelerle hukukun rasyonelleşmesi yönünde adımlar atılmış, feodal Avrupa'ya göre zaten daha az olan sosyal farklılıklar bütün tebaanın eşitliği prensibiyle önemli ölçüde azalmış, özellikle teknolojiye ve ulaşımda yaşanan yeniliklerle ve eğitim sistemindeki gelişmelerle kamu hizmetlerinde artışlar olmuştur. Weberyen modelin modern bürokrasinin gelişimi için öngördüğü ön şartlardan Tanzimat sonrası Osmanlı toplumundaki tek eksik aslında bir para ekonomisinin bulunmamasıdır.

Yine Batı Avrupa örneğinden hareketle, yasal rasyonel egemenliğe geçişte yaşanan değişimlerin Tanzimat sonrası Osmanlı toplumundaki durumuna baktığımız zaman şu tespitte bulunabiliriz. Meşruiyet zemininde yasal rasyonel egemenliğe doğru bir gelişme olmakla birlikte geleneksel egemenlik varlığını sürdürmektedir. Diğer taraftan yönetim aygıtının mesleki eğitim, uzmanlaşma, normlara göre yönetim ve gayri şahsi idare konularında değişime uğradığı ve modern bürokrasinin özelliklerine yaklaşılarak rasyonellik artışı kazandığı söylenebilir. Diğer bir değişim alanı olan egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkilerde de bürokrasinin egemene bağımlılığı açısından önemli bir değişim yaşanmış, hatta bürokrasinin hâkim duruma geçtiği görülmüştür. Bürokrasinin yasal güvenceye kavuşması ve ücretinin parayla ödenmesi, bir rasyonellik artışı ifade ederken, bürokrasinin egemenle ilişkisinde hâkim konuma geçmesi Weber'in korkulu rüyalarının gerçek olduğu anlamına gelmektedir.

Bu inceleme ışığında Tanzimat sonrası Osmanlı bürokrasisinin modern bürokraşi yolunda karşısına çıkan en önemli engelin para ekonomisinin eksikliği olduğu söylenebilir. Yaşanan dönüşümler açısından da merkezi otoritenin burjuva gibi bir destek unsurundan mahrum olması sebebiyle bürokrasinin aşırı güçlenerek devlete hâkim olması ise idealtipten bir sapma olarak karşımıza çıkmaktadır.

### **3.3. Cumhuriyet Dönemi Türk Bürokrasisi**

Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte meşruiyet inancında bir dönüm noktası yaşanmıştır. Yönetme gücünü ele geçiren asker-sivil bürokraşi gelenekle arasına kesin bir mesafe koyarak yönetme hakkını kanunlara dayandırmıştır. Bu açıdan egemenlik zemininde yasal-rasyonel egemenlik yönünde önemli bir kayma yaşanmış

ve darbelerle kesintiye uğramış olsa da günümüzde hala devam etmektedir. Kuruluş aşamasında ve devrimlerin gerçekleştirilmesinde Mustafa Kemal'in karizması önemli bir rol oynamıştır. Bu bağlamda Cumhuriyet'in ilk yıllarında karizmatik egemenlik unsurlarının bulunduğu söylenebilir. Bu yıllarda özellikle devrim kanunlarıyla ilişkili eleştirilerin ve Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ve Serbest Cumhuriyet Fırkasıyla çok partili hayata geçiş denemelerinde yönetime karşı eleştirilerin Mustafa Kemal'den ziyade Cumhuriyet Halk Fırkasına ve İsmet İnönü'nün şahsına yöneltmiş olması Mustafa Kemal'in karizmasıyla bağlantılıdır. Fakat Atatürk'ün karizması kısa süre içinde rutinleşerek karizmatik unsurlar içeren bir yasal-rasyonel egemenliğe geçildiği söylenebilir. Atatürk'ün ölümüyle birlikte egemenlikteki karizmatik unsurların tamamen ortadan kalktığı belirtilmelidir.

Bürokrasinin özellikleri konusunda Cumhuriyet'e geçişle birlikte köklü değişiklikler yaşandığı söylenemez. Tanzimat sonrası Osmanlı bürokrasisi, mesleki eğitim, uzmanlaşma, normlara göre yönetim, para ile ödeme ve gayri şahsi idare gibi modern bürokrasinin birçok özelliğine kısmen sahiptir ve Cumhuriyet'in kuruluşuyla birlikte egemenliğin tamamen yasalara dayanmasıyla birlikte bu özelliklerin daha da güçlendiği söylenebilir. Egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkiler bağlamında ise yine Tanzimat'la başlayan bürokrasi egemenliğinin artarak devam ettiği görülmektedir. Tanzimat'tan sonra padişahın egemenliğine ortak olan bürokrasi, Cumhuriyet'in kurucusu olarak egemenliğin tek hâkimi haline gelmiştir. Cumhuriyet döneminde egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkilerin Weberyen model açısından nasıl değerlendireceği ve yaşanan dönüşümler aşağıda ele alınmaktadır. Fakat Cumhuriyet dönemi Türk bürokrasisinde, bu çalışmada bürokratik dönüşümlerin tespitinde kullandığımız üç kriter açısından sadece meşruiyet zemininde bir kayma yaşandığı, egemen ve bürokrasi arasındaki ilişkilerde ve bürokrasinin özelliklerinde köklü bir değişiklik olmadığı belirtilmelidir. Cumhuriyet Dönemi bürokrasisinde gözlemlenen değişim, Weber'in bürokrasi modelinde öngörmediği; fakat gerçekleşmesine karşı uyardığı bürokrasi egemenliğinin (hâkimiyetinin) dozunda yaşanan değişimlerdir.

Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte Türkiye'de yasal-rasyonel egemenliğin hâkim olduğu ve bu egemenlik tipinin tipik yönetim aygıtı olan modern bürokrasinin özelliklerinin en azından şekli olarak sağlandığı söylenebilir. Peki, Cumhuriyet dönemi bürokrasisi Kalağan'ın (2010: 92) ifade ettiği gibi "çağdaş batılı toplumlarla aynı düzeyde, etkili, verimli, düzgün işleyen bir bürokrasi" midir? Bürokrasiye sürekli yöneltilen eleştiriler, bu sorunun evet şeklinde cevaplandırılmayacağını göstermektedir. Bu problemi Weberyen model açısından ele alabilmek için tekrar Weberyen modele dönüp, Weber'in bürokrasi eleştirilerini ele almamız faydalı olacaktır.

Weber'e göre modern bürokrasi, "(...) tüm tecrübelerle göre, kesinlik, istikrar, disiplin, katılık ve güvenilirlikte, yani egemen ve ilgililer için hesaplanabilirlikte, hizmetin yoğunluğu ve kapsamlılığında, tüm görevlere şekli evrensel uygulanabilirliğinde, hizmetlerde saf teknik olarak zirveye ulaşabilmede, tüm bu anlamlarda egemenlik uygulamanın en şekli-rasyonel formudur" (Weber, 1922: 169).

Buna göre Weber, modern bürokrasinin rasyonelliğini şekli rasyonellikle sınırlandırmaktadır. Şekli-rasyonellikle kastedilen ise verili amaçlara ulaşmak için eldeki araçların optimum kullanılmasıdır. Bu rasyonellik türünü kullanarak Weber, bürokrasinin rasyonelliğini bilinçli bir şekilde maddi rasyonellikten, yani amaçlar hakkındaki rasyonellikten ayırmıştır. Yani modern bürokrasi, kendisine verilen bir amaca ulaşmak için en rasyonel şekilde çalışırken, amaç belirleme konusunda rasyonellikten (maddi-rasyonel) yoksundur. Çünkü yasal-rasyonel egemenlik, değerleri değil süreçleri rasyonelleştirmektedir (Bayer ve Mordt, 111). Bu bağlamda modern bürokrasi, verili amaçları uygulayan yönetim aygıtı (araç) olarak rasyonel; fakat yöneten ve hedef belirleyen olarak rasyonel değildir.

Weber'in modern bürokrasiye yönetme yeteneği tanımamasının sebebi, onun bürokrat ve siyasetçiye yetiştirme şekilleri ve meslek ahlakları açısından iki farklı idealtip olarak tanımlanmasından kaynaklanmaktadır. Memur, tarafsız olmalı ve "kızmadan ve duygusal yakınlık kurmadan" (sine ira et studio) yönetim işini görmelidir (Weber, 1922: 171). Memurun davranışında ölçü; yasal hükümler, yönetmelikler ve amirlerinin talimatlarıdır. Memur kendi düşüncesine aykırı bir talimat olsa bile bu talimatı uygulamak, onun sadece görevi değil, aynı zamanda onurudur (Schluchter, 1980: 109). Siyasetçi ise güç kazanma mücadelesinde tarafsız olmak bir yana değer yükleyen, kitleleri bir amaç etrafında toplayan ve onları ikna eden olmalıdır. Memur kendisine gösterilen amaçları verimli bir şekilde uygulama amacındayken siyasetçi memura amaçlarını gösteren olmalıdır. Bürokrasi mekanizmasında kendisinden beklenenleri yerine getirerek hiyerarşi basamaklarında yükselen bir bürokratin siyasi arenada başarılı olması mümkün değildir. Bu bağlamda, meslek ahlaklarının gereği olarak ne bürokrat siyasetçi olabilir ne de siyasetçi bürokrat olabilir (Schluchter, 1980: 109).

Weber'e göre mesleği gereği aldığı emirleri yerine getirmeyi öğrenen bürokratin, görevi hedef koymak olan siyasetçinin yerine geçmesinde toplum açısından önemli tehlikeler bulunmaktadır. Modern bürokrasi bir taraftan en şekli-rasyonel örgüt türüdür; fakat bürokrasinin karar mekanizmalarına hâkim olması, bireysel özgürlüklere ve toplumun dinamik gelişimine ket vuracak ve siyasete engel olacaktır (Kocka, 1981: 84).

Bu teori parantezini kapatıp tekrar Cumhuriyet dönemi Türk bürokrasisine dönersek; yeni Türk devletini kuran kadronun Osmanlı bürokrasisinin ilerici kesimi

olduğu görülmektedir (Aydilek, 2019: 66). Her ne kadar asker-sivil bürokrasi kurtuluş savaşı döneminden taşra eşrafının ve İttihat ve Terakki kalıntılarının desteğini almış olsa da kurtuluş savaşı sonrasında bu unsurlar yönetime dâhil edilmemiş ve bürokrasi kökenli kişiler siyasete tamamen hâkim olmuştur. 1924-1950 arası meclislerindeki bürokrat kökenli milletvekillerinin oranı siyasetteki bürokrasi egemenliğini gözler önüne sermektedir. Buna göre 2. meclisin %66'sı, 3. meclisin %61'i, 4. meclisin %60'ı, 5. meclisin %65'i, 6. meclisin %61'i ve 7. meclisin %50'si bürokrat kökenli milletvekilleridir (Kalağan, 2010: 93). Osmanlı'dan kalan toplumsal yapıda burjuvazi ve işçi sınıfı gibi ara sınıfların bulunmaması sebebiyle bürokrasinin karşısında egemenliği paylaşma talebinde bulunabilecek başka bir sınıf mevcut değildir (Önder, 2019: 2151). Tek-Parti döneminin sonuna kadar bürokrasi, yasaların sadece uygulayıcısı değil, aynı zamanda yapıcısıdır (Belet, 2008; 90). Özellikle 1935 sonrası yaşanan parti-devlet bütünleşmesiyle Cumhuriyet Halk Fırkası kadroları bütün devlet kadrosuna hâkim olmuştur. Bu dönemde bürokrasinin maddi imkânları ve özlük hakları artırılıp kanuni güvencelerle donatılmıştır (Heper, 2018: 125). Toplumun eğitimli kesimi olarak bürokrasi, sahip oldukları ekonomik ve sosyal haklarla ve yönetici sınıf olarak elde ettiği itibarla ayrıcalıklı bir grup haline gelmiş (Kalağan, 2010: 94).

Tanzimat bürokrasisinin devleti kurtarmayı amaçlayan politikasının yerini bu dönemde yeni bir ulus yaratma ve Kemalist devrimlerin halka benimsetilmesi amacı almıştır (Kalağan, 2010: 92-94). Fakat bürokrasinin Tanzimat'tan beri değişmeyen tarafı toplumdan ayrı bir sınıf teşkil etmesi ve uyguladığı politikalarda halkın desteğini aramamasıdır. Bu sebeple kul sisteminde kapıkulu-halk çatışması şeklinde başlayan ayrılık, Tanzimat'ta ve Cumhuriyet döneminde bürokrat-halk karşıtlığı şeklinde devam etmiştir.

1924-1950 döneminde egemenliğin kaynağının kanunlar olduğu ve bu bağlamda yasal-rasyonel egemenlik yönünden keskin bir kayma olduğu yukarıda belirtilmişti. Bu dönemde benimsenen kanunlarla Tanzimat'tan beri geçerli olan ikili hukuk sistemi kaldırılmış bütün ülkede geçerli tek bir hukuk benimsenerek hukuk alanında önemli bir rasyonelleşme sağlanmıştır. Hukuk sistemindeki bu rasyonelleşme, bürokrasinin özlük haklarının kanunlarla sabit kılınmasıyla egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkilerde belirli bir rasyonelleşme sağlamıştır. Hukuki düzenlemelerle vatandaşa eşit muamele etme, yazılı çalışma gibi konularda rasyonelleşme sağlanmıştır. Ücretlerin parayla ödenmesi, memurun görevini asıl iş olarak yapması, iş ve evin ayrı olması gibi modern bürokrasinin Tanzimat'tan beri mevcut olan diğer özellikleri artarak devam etmiştir. Osmanlıdaki güvenlik ve vergi toplamak gibi geleneksel devlet hizmetlerinin eğitim ve kültür konularında yapılan atılımlarla Cumhuriyet döneminde genişlemesi, bürokraside uzmanlaşmayı artırmış, bu açıdan da rasyonellik artışı görülmüştür.

Bu dönemde modern bürokrasinin hemen hemen tüm özellikleri bulunmakla birlikte Weber'in bürokrasinin genişlemesi, gücünü artırması ve kanunları uygulamanın dışında kanun yapıcı konumuna gelmesine karşı ileri sürdüğü eleştirileri açısından idealtipten önemli bir sapma olduğu görülmektedir. Tanzimat'la birlikte egemenliğe ortak olan bürokrasi, Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte egemenliğe tamamen sahip olmuştur. Bu durum, Weber'in korkulu rüyası olarak ifade ettiğimiz ve rasyonelliği sebebiyle genişleme ve gücünü artırma eğiliminde olan bürokrasinin siyaset tarafından kontrol altında tutulması gerektiği yönündeki uyarılarının, bürokrasinin devlete en başından itibaren doğrudan sahip olmasıyla gerçeklik kazanmasına sebep olmuştur.

Tek parti döneminde Cumhuriyeti kuran asker-sivil bürokrat kadronun bürokrasiyle bütünleşmesi ve parti-devlet birliği, devlet yönetimine tamamen hâkim olmuştur. Bürokrasinin yetkileri artırılmış, maddi ve sosyal konumları güçlendirilmiş ve bürokrasi toplumun en itibarlı katmanı haline gelmiştir. 1950 seçimleriyle iktidara gelen ve 1960 darbesine kadar iktidarda kalan Demokrat Parti döneminde egemenlik zemininde ve bürokrasinin özelliklerinde önemli bir değişiklik olmamıştır. Yasal-rasyonel egemenlik ve bu egemenlik tipinin tipik yönetim aygıtı olan modern bürokrasi varlığını sürdürmüştür. Egemenlik teorisi açısından bu dönemde yaşanan en önemli ve belki tek değişiklik bürokrasi ve siyaset arasındaki ilişkilerde görülmüştür.

Burjuvazinin, işçi sınıfının veya başka bir sınıfın olmadığı Türkiye toplumunda Cumhuriyet Halk Partisinin dayandığı toplumsal katman, kısmen Osmanlı'dan devraldığı, kısmen de kendisinin geliştirdiği bürokrasi sınıfıydı. Demokrat Parti ise yeni gelişmekte olan burjuvazinin, taşra eşrafının ve tarım kesiminin desteğini alarak iktidara gelmiştir. Bu dönemde kurulan Kamu İktisadi Teşekküllerinde alt grupların eğitimsiz kesimlerinden gelen insanlar istihdam edilerek önceden elitist özellikler gösteren bürokrasi homojen yapısını kaybetmiş (Kalağan, 2010: 96) halka tepeden bakarak onları eğitmeyi ve onlara devrimleri benimsetmeyi amaç edinmiş olan bürokrasiyi halka hizmet eden bürokrasi konumuna indirgemıştır.

Demokrat Parti dönemi; Tek-Parti döneminde egemenle birlik halinde çalışan, kanunların uygulayıcısı olmaktan çıkıp kanun yapıcı konumuna yükselen ve sahip olduğu ekonomik sosyal ve yönetsel ayrıcalıklarını kaybetmek istemeyen bürokrasi ile devlet yönetimine hâkim olmak isteyen yeni siyasi iktidar arasındaki çatışmaların hâkim olduğu bir dönemdir (Önder, 2019: 2157). Bu dönemde bürokrasi sürekli siyasi baskılardan şikâyet ederken, siyaset de bürokrasinin söz dinlememesinden ve siyasi kararları uygulamada isteksiz davranmasından hatta engellemesinden yakınmıştır. Bu dönemde bürokrat kökenli siyasetçilerin sayısı azalmış, iş adamları, serbest meslek sahipleri, akademisyenler siyasette daha fazla temsil edilmeye başlamıştır (Kalağan, 2010: 97).

Her ne kadar bu dönemde bürokrasinin itibarında, ekonomik ve sosyal haklarında kayıplar görülse de bürokrasinin hâkimiyeti ne bu dönemde ne de daha sonra tamamen yok olmuştur. Buna rağmen bürokrasi ve egemen arasındaki ilişkilerde yukarıdan aşağıya doğru hiyerarşinin tekrar güçlenme eğilimine girmesi ve bürokrasinin amaç belirleyen fonksiyonunu kısmen kaybederek araç olma yolunda ilerlemesi, bürokrasinin doğal mecrasına dönmesi yolunda bir gelişme ve Weber'in önceki bölümde belirtilen bürokrasi egemenliğine yönelik eleştirileri ışığında bir rasyonellik artışı sağladığı söylenebilir.

1960 darbesiyle Demokrat Parti dönemi son bulmuştur. Askeri yönetimin hazırlattığı 1961 anayasasının rasyonel hukuk olmadığı yönünde bir eleştiri ortaya atılabilir. Fakat Weberyen anlamda rasyonel hukuk, kimin tarafından yapıldığına bakılmaksızın bilinçli olarak yapılan ve değiştirilmesine yönelik normlar içeren hukuktur. Bu bağlamda anayasanın serbest seçimlerle toplanan parlamentolar ya da otoriter veya 1961 anayasası gibi askeri rejimler tarafından yapılmış olmasının söz konusu hukukun rasyonelliği ile bir bağlantısı yoktur. Önemli olan hukukun bilinçli olarak yapılması ve değiştirilebilir olmasıdır. Buna göre 1961 anayasası, yasal-rasyonel egemenlik tipinde herhangi bir kaymaya sebep olmamıştır. Bürokrasinin özelliklerinde de önemli bir değişikliğin olmadığı bu dönemdeki en önemli değişiklik, egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkilerde yaşanmıştır.

Tek-Parti döneminde bürokrasinin güçlü pozisyonuyla yaşanan siyaset-bürokrasi bütünlüğü, Demokrat Parti döneminde siyasetin güçlenip bürokrasinin zayıflamasıyla siyaset-bürokrasi çatışmasına dönüşmüştü. 1960 darbesinden sonra bürokrasinin yeniden güçlenmesi şeklinde bir değişiklik yaşanmıştır. Demokrat Parti döneminde sayıları azalan bürokrat kökenli siyasetçilerin sayısı bu dönemde tekrar artmıştır. Fakat bu dönemde bürokrasinin güçlenmesi, Tek-Parti dönemindeki gibi siyaset-bürokrasi bütünlüğü şeklinde değil, bürokrasinin Milli Güvenlik Kurulu, Anayasa Mahkemesi, Askeri Yargıtay gibi anayasal kurumlar aracılığıyla siyasetin gücünün sınırlandırılarak, bürokrasinin egemenliğe ortak olması şeklinde gerçekleşmiştir (Kalağan, 2010: 98; Karaosmanoğlu, 2016: 204).

Bu dönemde bürokrasinin ekonomik ve sosyal haklarında iyileştirmeler yapılmış, Demokrat Parti dönemindeki kayıplar tekrar kazanılmıştır. Ayrıca Ordu Yardımlaşma Kurumu adıyla kurulan OYAK aracılığıyla askeri bürokrasinin kar amaçlı çalışan bir holding üzerinden gelirlerinin artırılması yoluna gidilmiştir.

1973 yılından itibaren iktidara gelen koalisyon hükümetleri döneminde, iktidar partilerinin kendi taraftarlarını bürokrasiye yerleştirerek bürokrasinin politize olmasına sebep oldukları yaygın şekilde ifade edilen bir görüştür (Kalağan, 2010: 98-99). Her ne kadar açıkça ifade edilmese de bu görüş, bürokrasinin daha önce politize olmadığını varsaymaktadır. Hâlbuki kuruluşundan beri Cumhuriyet bürokrasisinin homojen bir ideolojiye sahip üyelerden oluştuğu bilinmektedir.

Bürokrasinin politize olmasının sakıncalı tarafları saklı kalmak şartıyla, 1973 sonrasında yaşananların özellikle temsili bürokrasi bağlamında farklı ideolojik görüşlerin bürokraside temsil edilmesi sayesinde iktidar değişimlerinde yaşanan siyaset-bürokrasi çatışmalarını azaltıcı etkisi olduğu belirtilmelidir.

### **Sonuç**

Weber, geleneksel egemenlikten yasal-rasyonel egemenliğe ve geleneksel egemenliğin Batı Avrupa'daki tipik yönetim aygıtı olan feodalizmden yasal-rasyonel egemenliğin tipik yönetim aygıtı olan modern bürokrasiye geçişini ayrıntılı bir şekilde incelemiştir. Weber, Batı Avrupa'nın modern bürokrasiye geçişini, egemenlik zemininde dönüşüm, egemen ve egemenlik aygıtı arasındaki ilişkilerde dönüşüm ve egemenlik aygıtının özelliklerinde dönüşüm bağlamında ele alınmaktadır. Bu çalışmada Weber'in Batı Avrupa'daki dönüşümü açıklamasına yer verilmiş ve Weber'in kullandığı kriterler bağlamında Osmanlı patrimoniyal bürokrasisinin yeri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda Osmanlı patrimoniyal bürokrasisinin feodal bürokrasiden ziyade modern bürokrasiye yakın olduğu tespit edilmiştir.

Yine aynı kriterler kullanılarak Tanzimat dönemine ve Cumhuriyete geçişte yaşanan dönüşümler ele alınmıştır. Buna göre zaten modern bürokrasinin özelliklerine önemli ölçüde sahip olan Osmanlı bürokrasisinin, Tanzimat'tan sonra bürokrasinin özellikleri ve egemen ve bürokrasi arasındaki ilişkiler bağlamında modern bürokrasiye yaklaştığı tespit edilmiştir. Meşruiyet zemininde ise Tanzimat'tan sonra yasal rasyonel egemenliğe doğru bir gelişme olmakla birlikte geleneksel egemenlik varlığını sürdürmüştür. Yönetim aygıtının mesleki eğitim, uzmanlaşma, normlara göre yönetim ve gayri şahsi idare konularında değişime uğradığı ve modern bürokrasinin özelliklerine yaklaşarak rasyonellik artışı kazandığı söylenebilir. Diğer bir değişim alanı olan egemen ve yönetim aygıtı arasındaki ilişkilerde de bürokrasinin egemene bağımlılığı açısından önemli bir değişim yaşanmış, hatta bürokrasinin hâkim duruma geçtiği görülmüştür. Bürokrasinin yasal güvenceye kavuşması ve ücretinin parayla ödenmesi, bir rasyonellik artışı ifade ederken, bürokrasinin egemenle ilişkisinde hâkim konuma geçmesi Weber'in işaret ettiği tehlikelerin gerçek olduğu anlamına gelmektedir. Cumhuriyet dönemine geçişte, kullanılan kriterler bağlamında yaşanan tek dönüşüm egemenlik zeminindeki dönüşümdür. Bundan sonra egemenliğin dayanağı gelenek değil tamamen rasyonel hukuktur. Cumhuriyetten günümüze kadar geçen dönemde Türk bürokrasisinde Weberyen bürokrasi anlamında, yani ele aldığımız kriterler bağlamında herhangi bir değişiklik olmamıştır. Bu dönemde yaşanan değişiklikler, daha ziyade siyaset-bürokrasi ilişkisinde gerçekleşmiştir.

## Kaynakça

- Assel, H. G. (1969). "Normen in der Politik: Eine kritische Betrachtung zum Wertfreiheitsprinzip Max Webers". *Zeitschrift für Politik, NEUE FOLGE*, 16(2): 198-222.
- Aydilek, E. (2019). Türk Siyasi Hayatında Bürokrasi-Siyaset İlişkisi, *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 3: 57-72.
- Bayer, M. ve Mordt, G. (2008). *Einführung in das Werk Max Webers*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Belet, M.S. (2008). *Türk Kamu Yönetiminde Siyaset ve Bürokrasi İlişkisi: Üst Kurullar Bürokrasisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Breuer, S. (1990). "Rationale Herrschaft. Zu einer Kategorie Max Webers". *Politische Vierteljahresschrift*, 31/1: 4-32.
- Breuer, S. (1994). *Bürokratie und Charisma. Zur politischen Soziologie Max Webers*. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt.
- Chazel, F. (2010). *Weber's Bürokratiebegriff- Neubetrachtet*. URL: <http://journals.openedition.org/trivium/3813> (erişim tarihi: 10.06.2021).
- Kocka, J. (1981). „Otto Hinze, Max Weber und das Problem der Bürokratie“. *Historische Zeitschrift (HZ)*, 233(1): 65-105.
- Derlien, H. U., Böhme, D. ve Heindl, M. (2011). *Bürokratiethorie. Einführung in die Theorie der Verwaltung*. VS Verlag, Wiesbaden.
- Dursun, D. (2012). "Bürokrasi Teorisi ve Yönetim". *Journal of Social Policy Conferences*, 0(37-38): 133-149.
- Hanioğlu, M. Ş. (2016). "Modern Osmanlı Dönemi", *Dünden Bugüne Türkiye: Tarih, Politika, Toplum ve Kültür*, Metin Heper ve Sabri Sayarı (Der.), (Çev. Kıvanç Tanrıyar), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Heper, M. (2018). *Türkiye'de Devlet Geleneği*, Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Kalağan, G. (2010). *Türkiye'de 1980 Sonrası Bürokratik Dönüşüm*, Beta, İstanbul.
- Karaosmanoğlu, A. L. (2016). "Sivil-Ordu İlişkileri," *Dünden Bugüne Türkiye: Tarih, Politika, Toplum ve Kültür*, Metin Heper ve Sabri Sayarı (Der.), (Çev. Kıvanç Tanrıyar), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Kocka, J. (1989). *Geschichte und Aufklärung*. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
- Münkler, H ve Strassenberger, G. (2016). *Politische Theorie und Ideengeschichte*. C.H. Beck, München.
- Önder, T. (2019). Türkiye'de Bürokrasi-Demokrasi İlişkisi Üzerine, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 14(20): 2149-2168.

- Rosenberg, H. (1966). *Bureaucracy, aristocracy and autocracy. The Prussian experience 1660-1815*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Schöllgen, G. (1979). „Geschichte und Rationalität: Neue Max-Weber-Literatur“. *Philosophische Rundschau*, 26(1/2): 28-51.
- Schluchter, W. (1980). *Rationalismus der Weltbeherrschung*. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.
- Treiber, H. (2007). “Moderner Staat und moderne Bürokratie bei Max Weber”, *Max Weber’s Staatssoziologie*. A. Anter ve S. Bauer (drl.). Nomos, Baden-Baden: 121-156.
- Ortaylı, İ (2008). *Türkiye Teşkilat ve İdare Tarihi*, Cedit Neşriyat, Ankara.
- Weber, M. (1922): *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*. Mohr-Siebeck, Tübingen.
- Yalçındağ, S. (1970). Kamu Yönetimi Sistemimizin Tarihsel Evrimi Üzerine Notlar, *Amme İdaresi Dergisi*, 3(2): 20-57.
- Zeybekoğlu, S. (2020). Max Weber’in Plebisiter Lider Demokrasisi Anlayışı Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

# Bölüm 13

## Bilgi Ekonomisi Olma Yolunda Türkiye

Nadir EROĞLU<sup>1</sup>, Şükrü DEMİRCİ<sup>2</sup>

### Özet

Bilgi ekonomisi, bilgiyi üretim faktörü olarak kullanan bir ekonomik yapıyı ifade etmektedir. Bu bağlamda, bilgi ekonomileri, bilgi ve teknoloji yoğun ürünlerin üretimi konusunda uzmanlaşarak verimlilik ve rekabet avantajları sağlamaktadırlar. Dolayısıyla, günümüzde bilgi ekonomisine geçiş, önemli bir toplumsal ve iktisadi tartışma konusu haline gelmiştir. Bu çalışma, bilgi ekonomisinin genel bir çerçevesini sunmayı ve Türkiye'nin bilgi ekonomisine geçiş sürecini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu geçiş sürecinin başarılı olabilmesi için gerekli unsurlar arasında bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırım yapılması, yapısal reformların gerçekleştirilmesi, etkin inovasyon sistemlerinin oluşturulması ve modern eğitim politikalarının uygulanması yer almaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin henüz tam anlamıyla bilgi ekonomisine geçiş yapamadığı, ancak bu hedefe ulaşmak için önemli bir çaba sarf ettiği ifade edilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Bilgi Ekonomisi, Bilgi Ekonomisi Endeksi, Küresel Bilgi Endeksi

**JEL Sınıflandırması:** E66, O30

### Turkey On The Way To Become A Knowledge Economy

#### Abstract

The knowledge economy refers to an economic structure that uses knowledge as a factor of production. In this context, knowledge economies specialize in the production of knowledge and technology-intensive products, providing productivity and competitive advantages. Therefore, the transition to a knowledge economy has become an important social and economic debate today.

<sup>1</sup> Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İktisat Bölümü, İktisat Politikası Anabilim Dalı, İstanbul, E-Mail: neroglu@marmara.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-8403-1725

<sup>2</sup> Doktora Adayı, Marmara Üniversitesi, İktisat Bölümü, İktisat Politikası Anabilim Dalı, İstanbul, E-mail: sukrudemirci@marun.edu.tr, ORCID ID: 0009-0000-0172-0999

This study aims to provide a general framework of the knowledge economy and to examine Turkey's transition to a knowledge economy. The necessary elements for this transition process to be successful include investing in information and communication technologies, implementing structural reforms, establishing effective innovation systems and implementing modern education policies. In this context, it can be stated that Turkey has not yet fully transitioned to a knowledge economy, but has made significant efforts to achieve this goal.

**Keywords:** Knowledge Economy, Knowledge Economy Index, Global Knowledge Index

**JEL Classification:** E66, O30

## 1. Giriş

Teknolojik gelişme günümüzde ülkelerin değişiminin ve dönüşümünün itici unsuru olarak ön plana çıkmıştır. Bu duruma yol açan ana gelişme ise bilgi devrimi olmuştur. Bilgi devrimi ile birlikte bilgi, yeni bir üretim faktörü olarak ortaya çıkmış ve geleneksel endüstrilerin ana paradigmasının değişmesine neden olmuştur. Böylece, bilgiye dayalı üretim gerçekleştiren ekonomiler, önemli bir teknolojik sıçrama yaşamış ve rekabet avantajları elde etmişlerdir. Bu durum ekonomilerin sınıflandırılmasında yeni kavramların ve faktörlerin doğmasına yol açmıştır. Böylece, bilginin bir üretim faktörü olduğu bu tipteki ekonomiler, bilgi ekonomisi veya diğer bir şekli ile bilgi toplumu olarak adlandırılmaya başlanmıştır.

Bu çalışma, genel olarak, Bilgi Ekonomisi'nin çerçevesini çizmekte ve Türkiye'nin bilgi ekonomisi olma yolundaki durumunu incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada ilk aşamada, Bilgi Ekonomisi kavramı açıklanmış ve Bilgi Ekonomisi'nin ölçülmesinde kullanılan üç yaklaşım olan Küresel Bilgi Endeksi (Global Knowledge Index), EBRD Bilgi Ekonomisi Endeksi (European Bank for Reconstruction and Development Knowledge Economy Index) ve Dünya Bankası tarafından geliştirilmiş olan Bilgi Ekonomisi Endeksi (Knowledge Economy Index) üzerinde durulmuştur. İkinci aşamada ise, Türkiye'nin durumu, Bilgi Ekonomisi performans göstergeleri bakımından gözden geçirilmiştir. Bu bağlamda, Türkiye'nin bilgi ekonomisi olma yolunda hangi aşamada olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır.

## 2. Bilgi Ekonomisi

Bilgi ekonomisi ile ifade edilmek istenen şey, bilginin yeni ekonomik değerler üretmek ve mevcut değerleri maksimize etmek amacıyla birincil üretim faktörü olarak kullanıldığı ekonomiler kast edilmektedir. Endüstriyel ekonomilerden farklı olarak, bilgi ekonomileri hammadde olarak bilgiyi kullanan ekonomilerdir

ve bu yüzden de kıtlık ekonomisinin aksine bir bolluk ekonomisi söz konusudur. Bilgi ekonomileri, yüksek entelektüel düzeye sahip beşeri sermaye gerektirmektedir. Bu bağlamda, bilgi çalışanları, özerk ve esnek bir şekilde karar alabilme yeteneğine sahip olabilmeleri ve çalışma alanlarında uzmanlaşabilmeleri için gerekli eğitimleri almaktadırlar. (www.oxfordreference.com). Ayrıca, bilgi ekonomileri yalnızca yüksek teknoloji ile bilgi ve iletişim teknolojisi etrafında şekillenmemektedir. Zira, geçimlik tarımda yeni tekniklerin uygulanması verimliliği önemli ölçüde artırma potansiyeline sahipken, modern lojistik sistemlerinin kullanımı da geleneksel zanaat sektörlerinin yeni pazarlara erişimini kolaylaştırabilmektedir. (Suh ve Chen, 2007: 3-4).

Bilgi ekonomisinin özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Verimliliğin temel unsurudur.
- Yüksek teknolojiye yatırımları artırır ve sanayi üretiminde çıktı artışı sağlar.
- İletişim, bilişim ve eğitim gibi bilgi yoğun sektörlerin büyümesine katkı sağlar.
- Bilgi, sınırsız bir kaynak olduğu için sermaye gibi tükenmez ve kaybetmeden paylaşılabilir.
- Yüksek vasıflı ve yükseköğretim derecelerine sahip işgücüne olan talebi artırır.
- Kodlanmış bilginin (örtük bilgi) uygulanma becerisini ve yeteneğinin önemini artırmaktadır.
- Yenilik, yukarıdan aşağıya doğrusal sistemler yerine, hem üreticiler hem de kullanıcılar tarafından yönlendirilmektedir.
- Bilginin bir sektörden başka bir sektöre taşmasına yol açar.
- Bilgi ekonomisinin doğası gereği küreselleşme ile bilginin küresel yayılımı arasında bir ilişki mevcuttur.
- Üretim süreçlerinde otomasyon kullanımının artmasına sebep olarak işgücü piyasasında hızlı değişimlere neden olur (Pettinger, 2017).
- Coğrafyanın etkisini azaltarak, kullanılan teknolojiye ve yöntemlere göre, küresel erişim imkanları sağlayan sanal pazar yerleri ve sanal organizasyonlar oluşturma potansiyeline sahiptir.
- Yasaların, engellerin ve vergilerin ulusal sınırlar içinde uygulanmasını zorlaştırdığı için bilginin, talebin yüksek olduğu ve engellerin bulunmadığı ülkelere sızmasına yol açar.
- Bilginin zenginleştirdiği ürünler düşük bilgi yoğunluğuna sahip ikame ürünlere kıyasla göreli fiyatların oluşmasına yol açmaktadır.

- Fiyatlandırma ve değer, bağlama bağlı olması nedeniyle aynı bilgi, farklı zamanlarda farklı bireyler için farklı değerlere sahip olabilmektedir.
- Bilgi, sistemler ve süreçler ile entegre edildiğinde, bireylere vazgeçilemeyecek ölçüde yüksek bir içsel değer kazandırmaktadır.
- Beşeri sermaye yeterlilikleri, bilgi tabanlı bir organizasyonda değer in temel bileşenlerinden biri olarak önemli bir yer tutmaktadır. Bununla birlikte, pek çok şirket yıllık raporlarında bu yeterlilik seviyelerine yer vermemektedir (Tocan, 2012: 2).

Dünya Bankası, (1) eğitime uzun vadeli yatırımlar yapılması, (2) inovasyon yeteneğinin geliştirilmesi, (3) bilgi altyapısının modernize edilmesi ve (4) piyasa işlemlerine elverişli bir ekonomik ortama sahip olunmasını bilgi ekonomisine geçiş için gerekli şartlar olarak öne sürmektedir. Bununla birlikte, bu sayılan şartların bilgi ekonomisinin ana çerçevesini oluşturduğunu ve bu ana çerçevenin dört ayağını ise şu şekilde tanımlamaktadır (Suh ve Chen, 2007: 4):

1. *Teşvik edici bir ekonomik ve kurumsal rejim*; kaynakların verimli bir şekilde tahsisini destekleyen, mevcut bilginin etkin bir şekilde üretilmesi, yayılması ve kullanılması için yaratıcılığı teşvik eden nitelikli ekonomik politikalar ve kurumsal yapılar içermektedir.
2. *Eğitilmiş ve yetenekli çalışanlar*; bilgiyi etkin bir şekilde üretmek ve kullanmak amacıyla becerilerini sürekli olarak geliştiren ve bu doğrultuda uyum sağlayan çalışanlardan oluşmaktadır
3. *Etkin bir inovasyon sistemi*; bilgi devrimine uyum sağlayan, büyüyen küresel bilgi kaynaklarından faydalanan ve yeni bilgiyi yerel ihtiyaçlara entegre ederek uyarlayan firmalar, araştırma merkezleri, üniversiteler, danışmanlar ve diğer kuruluşların oluşturduğu bir ekosistemdir.
4. *Modern ve yeterli bir bilgi altyapısı*; bilgi ve verilerin etkin bir şekilde iletilmesini, yayılmasını ve işlenmesini sağlayan sistemler ağı olarak tanımlanmaktadır.

Yukarıda kısaca değinilen bilgi ekonomisinin temel çerçevesinin dört ayağı aşağıda bilgi ekonomisinin ana çerçevesi başlığı altında daha geniş olarak açıklanacaktır.

## 2.1. Bilgi Ekonomisi'nin Ana Çerçevesi

Bu kısımda, yukarıda kısaca bahsedilen, (1) teşvik edici bir ekonomik ve kurumsal rejim, (2) eğitilmiş ve yetenekli çalışanlar, (3) etkin bir inovasyon sistemi ve (4) modern ve yeterli bir bilgi altyapısına ilişkin daha fazla detaya yer verilecektir.

### **2.1.1. Teşvik Edici Bir Ekonomik ve Kurumsal Rejim**

Bilgi ekonomisinin bu ana unsuru, ekonomiyi yönlendiren genel çerçeveyi oluşturmaktadır. Bilgi devriminden faydalanarak, kaynakların verimsiz kullanımlarından verimli kullanımlarına yeniden dağıtılmasını teşvik eden ve kolaylaştıran, etkin ekonomik teşvikler ile kurumlara dayanmakta olduğunu ifade etmektedir. Ekonomik ve kurumsal rejimin önemli bileşenleri arasında, makroekonomik istikrar, rekabet, etkili düzenleyici politikalar, hesap verebilir ve yolsuzluktan uzak bir hükümet, girişimciliği ve risk almayı teşvik eden bir anlayış, fikri mülkiyet haklarının korunması dahil olmak üzere ticaret ve mülkiyet haklarının temel kurallarını destekleyen ve uygulayan bir hukuk sistemi yer almaktadır. Özellikle fikri mülkiyet haklarının korunması, yeni bilginin üretimi ve dağıtımı için teşvikler oluşturma açısından büyük bir öneme sahiptir (Sekwati ve Tlhalefang, 2020). Tüm bu unsurlar, bireylerin, kurumların ve firmaların değişen fırsatlara ve taleplere esnek ve yenilikçi biçimlerde uyum sağlamasına olanak tanımaktadır. Böylece, kaynakların verimli bir şekilde dağıtımını sağlayan güçlü bir teşvik edici ekonomik ve kurumsal rejimin altyapısı inşa edilmiş olacaktır (Dahlman ve Utz, 2005: 21).

Kısaca ifade etmek gerekirse, ekonomik ve kurumsal rejim, ekonomik aktörlerin bilginin yaratılması ve etkin kullanımı yönünde teşviklere sahip olması gerektiğini ortaya koymakta ve bu bağlamda, sağlam temellere dayanan şeffaf bir makroekonomi, rekabet ve düzenleyici politikaların varlığının önemine vurgu yapmaktadır (Chen ve Dahlman, 2006: 8).

### **2.1.2. Eğitilmiş ve Nitelikli İşgücü**

İyi eğitilmiş ve yetenekli bir toplum, bilgiyi etkin bir biçimde yaratma, edinme, yayma ve kullanma kapasitesini artırarak verimlilik artışı sağlamaktadır. Bu nedenle, ekonomik büyümenin sağlanmasında temel faktörlerden biri haline gelmiştir. Temel eğitimin, öğrenme ve bilginin kullanma kapasitesini artırmadaki önemi yadsınamazken, teknolojik yeniliklerin elde edilmesi açısından teknik ortaöğretim eğitimi, mühendislik eğitimi ve bilimsel anlamda yükseköğretim son derece kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, yeni bilginin üretilmesi ve ekonomik meta haline dönüştürülmesi, yüksek düzeyde eğitim ve araştırma gerektirmektedir. Özellikle gelişmiş ekonomilerde üniversite araştırmaları, toplam araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) harcamalarının büyük bir kısmını oluşturma özelliğine sahiptir. Teknik ortaöğretim eğitimi, ithal teknolojilerin üretim süreçlerine ve pazar şartlarına uyumlu bir şekilde entegre edilebilmesi açısından son derece önemlidir. Bu eğitim biçimi, teknolojik eğilimleri takip etmek, bir firma veya ekonominin ihtiyaç duyduğu unsurları değerlendirmek ve yeni teknolojileri entegre etmek için kritik bir rol üstlenmektedir. İyi eğitilmiş bir

nüfus, teknolojik anlamda daha gelişmiş bir yapıya sahip olma eğilimindedir. Bu durum, yerel pazarlarda teknolojik ürünlere yönelik bir talep yaratmakta ve neticesinde yerel firmaları daha sofistike ürünler geliştirmeye ve yenilikçi üretim teknikleri tasarlamaya teşvik etmektedir (Chen ve Dahlman, 2006: 5).

### **2.1.3. Etkin Bir İnovasyon Sistemi**

Ekonomik kalkınmanın sağlanmasında teknolojik yeniliğin rolü, birçok ülkeyi inovasyon sistemleri kurmaya ve bu sistemleri güçlendirmeye teşvik etmiştir. Ancak, insan kaynaklarının geliştirilmesi ve Ar-Ge kapasitesinin iyileştirilmesine yönelik çabalar genellikle birbirinden bağımsız bir şekilde yürütülmüştür. Bu durum, insan kaynaklarının yeterlilikleri ile ekonomik kalkınmayı desteklemek amacıyla geliştirilmesi gereken teknolojiler arasında uyumsuzluk yaratmış ve inovasyon sistemlerinde düşük verimlilik sorunlarına sebep olmuştur (Lakitan, 2013: 42).

Teknolojik yenilik, verimlilik artışının önemli bir kaynağı olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, teknolojik ilerlemenin temel unsurlarından biri olarak etkili bir inovasyon sisteminin rolü vurgulanmaktadır. İnovasyonu teşvik eden bir sistem, bir ekonominin bilgi edinme, yaratma, yayma ve kullanma süreçlerini etkileyen üniversiteler, araştırma merkezleri, sivil toplum kuruluşları ve hükümetler gibi çeşitli kurumlar ile bunlara ait kurallar ve prosedürlerden oluşan bir ağı kapsamaktadır. Bu ağ, teknolojik ilerlemenin önemli bir kaynağı olan Ar-Ge faaliyetlerini destekleyen elverişli bir ortam sunmaktadır. Teknik bilginin büyük bir kısmı gelişmiş ülkeler tarafından üretildiği bilinmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin temel stratejisi, küresel bilgi zenginliğinden faydalanmak ve yerel Ar-Ge kapasitesini göz önünde bulundurarak bilgiyi en etkili şekilde kullanmanın yollarını belirlemek olmalıdır (Sekwati ve Tlhalefang, 2020).

### **2.1.4. Yeterli Bir Bilgi Altyapısı**

Bilgi altyapısı, bilginin ses, veri ve multimedya formatlarında dolaştığı ağları tanımlamaktadır. Bu altyapı, telekomünikasyon, internet, yayıncılık ve diğer bilgi ağlarını kapsamaktadır. Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT), bilginin paylaşılması ve üretiminin organize edilme şekillerini dönüştürerek toplumsal değişimi ve ekonomik kalkınmayı desteklemektedir (World Bank, 2003a: 1). Ayrıca, posta ağları da bilgi altyapısının önemli bir bileşenini oluşturmaktadır. Bu ağlar, temel iletişim ve finansal hizmetlerden e-ticaretin teslimat mekanizmalarına kadar çeşitli hizmetler sunmaktadır (World Bank, 2002).

BİT sektörleri, verileri ve bilgileri elektronik ortamda yakalayan, ileten ve görüntüleyen imalat ve hizmet endüstrilerinin bir birleşimi olarak tanımlanmaktadır. Bu alan, imalat sürecinde kullanılan ofis, muhasebe ve bilgi

işlem makineleri, yalıtımlı kablo ve teller, elektronik valfler ve tüpler, televizyon ve radyo verici ile alıcıları, ses ve görüntü kaydetme ve çoğaltma cihazları gibi birçok bileşeni içermektedir. Bunun yanı sıra, ölçme, kontrol, test etme, navigasyon ve diğer amaçlar için kullanılan alet ve cihazlar ile endüstriyel proses ekipmanları da bu kapsamda değerlendirilmektedir. Hizmetler ise bilgisayarlar ve çevre birimleri ile yazılımların toptan satışını, elektronik ve telekomünikasyon parçaları ve ekipmanlarının toptan satışını, ofis makineleri ve bilgisayarları dâhil eden ekipmanların kiralanmasını, telekomünikasyon hizmetlerini ve bilgisayar ile ilgili diğer faaliyetleri kapsamaktadır (World Bank, 2003b: 1).

BİT kullanmanın en önemli avantajı, bilgi ve bilgi akışında meydana getirdiği artıştır. Bu durum, bilginin düşük maliyetlerle ve etkili bir şekilde iletilmesini sağlayarak belirsizlikleri azaltmakta ve ekonomik işlemlerin maliyetlerini düşürmektedir. Böylece, işlem hacminde bir artış sağlayarak daha yüksek çıktı ve verimlilik artışına yol açmaktadır. Ayrıca, artan bilgi akışı, teknolojilerin daha kolay edinilmesini ve uyarlanmasını sağlarken, bu süreç de yenilikçiliği ve verimliliği teşvik etmektedir. BİT'ler, yalnızca bilgi ve bilgi arzını artırmakla kalmayıp, coğrafi sınırlara da meydan okuyarak uluslararası alıcılara ve satıcılara daha fazla bilgi paylaşma imkânı tanımakta, bu sayede belirsizlikleri azaltmakta, işlem maliyetlerini düşürmekte ve sınırlar arası rekabeti artırmaktadır (Chen ve Dahlman, 2006: 7).

## **2.2. Bilgi Ekonomisi'ni Ölçme**

Bilgi ekonomisi, ölçülebilir tanımlamaların mevcut olmaması halinde belirsiz bir kavram olarak kalacaktır. Bu durum, kurumsal yapılar, istihdam ve toplum üzerindeki etkileri açısından bilgi ekonomisi ile ilgili olarak ileri sürülen yaklaşımların yalnızca birer varsayım olarak kalmasına sebep olacaktır. Bilgi ekonomisinin gerçekten ne ölçüde geliştiğine dair, büyüme hızı ve ülkelerin birbiri ile karşılaştırılması gibi temel parametrelerin cevaplanması mümkün olmayacaktır. Sonuç olarak, politika yapıcılar için ekonomik politikalar geliştirmek imkânsız hale gelecektir. Bu nedenle, bilgi ekonomisinin kesin bir biçimde tanımlanması, ölçülebilir olması ve dolayısıyla somut verilerle test edilebilmesi büyük önem taşımaktadır (Brinkley, 2006: 12-13). Bu nedenle, bu bölümde Küresel Bilgi Endeksi (Global Knowledge Index), EBRD (European Bank for Reconstruction and Development) Bilgi Ekonomisi Endeksi (EBRD Knowledge Economy Index) ve Dünya Bankası'nın Bilgi Ekonomisi Endeksi (Knowledge Economy Index) açıklanacaktır.

### 2.2.1. Küresel Bilgi Endeksi (Global Knowledge Index)

Küresel Bilgi Endeksi (GKI), dünya genelinde bilgiyi değerlendiren ve aktif kullanılan endeks olma niteliği taşımaktadır. Küresel Bilgi Endeksi, modern yaşamın farklı yönleriyle ilişkili bilginin ölçümüne yönelik sistematik bir yaklaşım olarak geliştirilmiştir. Bu endeks, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ile Mohammed Bin Rashid Al Maktoum Bilgi Vakfı (MBRF) arasındaki işbirliği neticesinde ortaya çıkmış ve ilk kez 2016 yılında gerçekleştirilen Bilgi Zirvesi'nde tanıtımı yapılmıştır (Decebal-Remus, 2018: 801).

Küresel Bilgi Endeksi'nin temel gayesi, eğitim, inovasyon ve bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) gibi alanlarda ülkelerin bilgi durumunu izlemektir. Bu endeks, politika yapıcılar, araştırmacılar, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör için bilgi eksikliklerinin giderilmesinde rehberlik ederken, bilgiye dayalı toplumların gelişimine de katkı sağlamaktadır. Ayrıca, teknoloji, öğrenme ve inovasyon alanlarında ortaya çıkan yeni eğilimlerin toplumları nasıl dönüştürdüğünü de gözler önüne sermektedir. Küresel Bilgi Endeksi, toplam yedi alt endeksten oluşmaktadır (United Nations Kuwait, 2021):

1. Üniversite öncesi eğitim
2. Teknik ve mesleki eğitim ve öğretim
3. Yüksek öğrenim
4. Araştırma, geliştirme ve inovasyon (RDI)
5. Bilgi ve iletişim teknolojisi (BİT)
6. Ekonomi
7. Etkinleştirici ortam

Endeksin hesaplanmasında, etkinleştirici ortam %10 oranında bir ağırlığa sahipken, diğer altı alt endeksin her biri %15 oranında bir ağırlığa sahiptir. Endeksin tüm bileşik göstergelerinin hesaplanmasında aritmetik toplama formülü kullanılmaktadır. Bileşik gösterge (CI), alt bileşenleri (SC<sub>j</sub>) aşağıda belirtilen şekilde toplanarak hesaplanmaktadır:

$$CI = \sum_{j=1}^n W_j \times SC_j$$

CI, hesaplanması önerilen bileşik göstergedir (alt endeks, sütun veya alt sütun). W<sub>j</sub>, SC alt bileşeninin (sütun, alt sütun veya değişken) göreceli ağırlığını temsil etmektedir. Ayrıca, n, bileşik göstergesi oluşturmak amacıyla bir araya getirilen alt bileşenlerin sayısını ifade etmektedir (UNDP ve MBRF, 2021: 4).

**Tablo 1:** Seçili Ülkeler Bazında Küresel Bilgi Endeksi Değerleri

| Sıralama | Ülke             | Değer | Sıralama | Ülke                    | Değer        |
|----------|------------------|-------|----------|-------------------------|--------------|
| 1.       | İsveç            | 68.28 | 16.      | Almanya                 | 63.66        |
| 2.       | Finlandiya       | 67.99 | 21.      | Kore Cumhuriyeti        | 62.25        |
| 3.       | İsviçre          | 67.91 | 23.      | Fransa                  | 61.68        |
| 4.       | Danimarka        | 66.84 | 49.      | Çin                     | 51.62        |
| 5.       | Hollanda         | 66.84 | 59.      | Türkiye                 | 49.21        |
| 6.       | Lüksemburg       | 66.48 | 60.      | Kolombiya               | 49.14        |
| 7.       | ABD              | 66.24 | 61.      | Rusya                   | 48.4         |
| 8.       | Birleşik Krallık | 65.82 | 67.      | Brezilya                | 47.39        |
| 9.       | Norveç           | 65.77 | 92.      | Hindistan               | 43.81        |
| 10.      | Avusturya        | 64.99 | 141.     | Çad                     | 23.43        |
|          |                  |       |          | <b>DÜNYA Ortalaması</b> | <b>47.83</b> |

**Kaynak:** The Knowledge Project, [www.knowledge4all.com/ranking](http://www.knowledge4all.com/ranking)

Küresel Bilgi Endeksi, 100 puan üzerinden değerlendirilmektedir. Tablo 1’de seçilen ülkeler bazında Küresel Bilgi Endeksi değerleri görülebilir. Bu bağlamda, 2024 Küresel Bilgi Endeksi'nde, bilgi altyapısı açısından yüksek bir performans sergileyen İsveç, 68.28 puan ile 141 ülke arasında birinci sırada yer almakta olup, aynı zamanda insani gelişme düzeyi çok yüksek olan 59 ülke arasında da birincilik elde etmiştir. Türkiye ise bilgi altyapısı açısından durağan bir performans göstermiş olup, 49.21 puan ile 2024 Küresel Bilgi Endeksi'nde 141 ülke arasında 59'uncu sırada ve insani gelişim seviyesi çok yüksek olan 59 ülke arasında ise 55'inci sırada konumlanmıştır (The Knowledge Project, 2024).

**Tablo 2:** Seçili Ülkeler Bazında Küresel Bilgi Endeksinin Alt Endeks Değerleri

|                  | Üniversite Öncesi Eğitim | Teknik-Mesleki Eğitim ve Öğretim | Yüksek Öğrenim | Ar-Ge ve İnovasyon | BİT   | Ekonomi | Etkinleştirici Ortam |
|------------------|--------------------------|----------------------------------|----------------|--------------------|-------|---------|----------------------|
| İsveç            | 79.8                     | 61.79                            | 61.65          | 56.28              | 74.65 | 68.73   | 84.66                |
| Finlandiya       | 81.22                    | 67.26                            | 59.32          | 52.4               | 74.21 | 67.76   | 84.57                |
| İsviçre          | 82.18                    | 58.13                            | 64.61          | 55.5               | 69.94 | 70.55   | 84.87                |
| Danimarka        | 76.99                    | 57.67                            | 60.59          | 52                 | 73.57 | 74.84   | 83.27                |
| Hollanda         | 79.68                    | 68.07                            | 60.66          | 51.53              | 71.62 | 65.8    | 78.75                |
| Lüksemburg       | 77.15                    | 62.87                            | 67.86          | 48.18              | 71.14 | 66.73   | 81.65                |
| ABD              | 83.33                    | 58.73                            | 63.92          | 54.16              | 70.5  | 71.06   | 65.75                |
| Birleşik Krallık | 78.35                    | 57.1                             | 62.47          | 55.39              | 71.91 | 66.44   | 75.9                 |
| Norveç           | 78.64                    | 66.63                            | 63.03          | 42.36              | 71.7  | 67.18   | 86.58                |
| Avusturya        | 77.92                    | 67.4                             | 61.11          | 46.35              | 65.23 | 68.11   | 79.11                |
| Türkiye          | 67.96                    | 57.51                            | 37.67          | 33.57              | 52.63 | 53.97   | 50.1                 |

**Kaynak:** The Knowledge Project, [www.knowledge4all.com/dashboard](http://www.knowledge4all.com/dashboard)

Tablo 2’de seçilen ülkeler bazında Küresel Bilgi Endeksi’nin alt endeks değerleri görülebilir. Bu doğrultuda, Küresel Bilgi Endeksi’nde ilk sırada yer alan İsveç’in güçlü olduğu alanlar, Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) PCT patent başvuruları (100 milyar GSYİH başına), dijital olarak teslim edilebilir hizmetlerde ticaret (% toplam ticaret), örgün ve yaygın eğitim ile öğretime katılım oranı, BİT istihdamı (%), ve banka takibindeki krediler (%) şeklinde sıralanmaktadır. Geliştirmesi gereken alanlar ise, yükseköğretimdeki araştırmacı oranı (%), lise sonrası mesleki programlara kayıtlı öğrencilerin payı, kişi başına düşen ekolojik ayak izi, vergi ve katkı oranı (kar yüzdesi) ile bina kalite kontrolü gibi konular önem taşımaktadır (The Knowledge Project, 2024).

Türkiye’nin güçlü yönleri incelendiğinde, pazar yoğunlaşması, ürün konsantrasyonu, endüstriyel tasarım uygulamaları (100 milyar GSYİH başına), ticari marka başvuruları (100 milyar GSYİH başına) ve ortaöğretimde net okullaşma oranı gibi unsurlar öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, geliştirilmesi gereken alanlar arasında yükseköğretimde öğrenci-öğretmen oranı, iflas geri kazanım oranı, Chinn-Ito finansal açıklığı, akademik özgürlük ve ilköğretime yapılan devlet harcamaları (% GSYİH) yer almaktadır (The Knowledge Project, 2024).

### **2.2.2. EBRD Bilgi Ekonomisi Endeksi (European Bank for Reconstruction and Development Knowledge Economy Index)**

EBRD’nin Bilgi Ekonomisi Endeksi’ni geliştirme ihtiyacı, EBRD’nin yatırımlarını gerçekleştirdiği bölgelerin performansını daha düzgün bir biçimde ölçme ve EBRD ekonomileri ile daha gelişmiş ülkeler arasındaki farklılıkları kıyaslama gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede, bilgi ekonomisi gelişimini ölçmek amacıyla oluşturulan endeks, 46 ülkeyi kapsamaktadır ve bunlardan 38’i EBRD’nin yatırım yaptığı ülkeler, 8’i ise kıyaslama ekonomileridir. EBRD Bilgi Ekonomisi Endeksi’nin yapısı, EBRD’nin daha önceki çalışmaları, bilgi ekonomisi gelişimine ilişkin mevcut literatür ve Dünya Bankası’nın diğer araştırmalarına dayanmaktadır. Benzer bilgi ekonomisi endekslerinden farklı olarak, bilgi ekonomisinin dört ana unsuru ile birlikte endeks yapısını daha derinlemesine incelemek amacıyla her bir sütuna iki veya üç ek boyut eklenmiştir (EBRD, 2019: 4).

**Tablo 3:** EBRD Bilgi Ekonomisi Endeksi'nin Alt Endeksleri

| Sütun   | İnovasyon Kurumları | İnovasyon Yetenekleri | İnovasyon Sistemi | BİT Altyapısı          |
|---------|---------------------|-----------------------|-------------------|------------------------|
| Boyut 1 | Ekonomik açıklık    | Genel beceriler       | Girdiler          | BİT kullanılabilirliği |
| Boyut 2 | İş ortamı           | Uzmanlaşmış beceriler | Çıktılar          | BİT gelişmişliği       |
| Boyut 3 | Yönetişim           |                       | Bağlantılar       |                        |

**Kaynak:** EBRD, Introducing the EBRD Knowledge Economy Index, March 2019, s. 4.

Tablo 3, EBRD Bilgi Ekonomisi Endeksi'nin alt endeks bileşenlerini sunmaktadır. Görüldüğü üzere, ilk sütun olan İnovasyon Kurumları, ekonomik açıklık, iş ortamı ve yönetim boyutlarından oluşmaktadır. İnovasyon Yetenekleri sütunu, genel beceriler ile uzmanlaşmış becerileri kapsamaktadır. İnovasyon Sistemi sütunu ise, girdiler, çıktılar ve bağlantılar şeklinde tasarlanmıştır. Son sütun olan BİT Altyapısı ise, BİT kullanılabilirliği ve BİT gelişmişliği boyutlarını içermektedir.

**Tablo 4:** Seçil Ülkeler Bazında EBRD Bilgi Ekonomisi Endeksi Değerleri

| Sıralama | Ülke             | 2011 | 2018 | Sıralama | Ülke        | 2011 | 2018 |
|----------|------------------|------|------|----------|-------------|------|------|
| 1.       | İsveç            | 7.27 | 8.30 | 11.      | Litvanya    | 5.13 | 6.03 |
| 2.       | ABD              | 6.99 | 7.78 | 12.      | Letonya     | 4.81 | 5.88 |
| 3.       | Birleşik Krallık | 6.73 | 7.71 | 13.      | G. Kıbrıs   | 5.46 | 5.82 |
| 4.       | Almanya          | 6.61 | 7.42 | 14.      | Polonya     | 4.96 | 5.63 |
| 5.       | Kanada           | 6.88 | 7.24 | 15.      | Hırvatistan | 4.75 | 5.62 |
| 6.       | Japonya          | 6.67 | 7.22 | 25.      | Rusya       | 3.77 | 4.93 |
| 7.       | Fransa           | 6.36 | 6.92 | 26.      | Kazakistan  | 3.87 | 4.85 |
| 8.       | Estonya          | 5.81 | 6.82 | 27.      | Türkiye     | 3.79 | 4.60 |
| 9.       | Slovakya         | 5.76 | 6.65 | 28.      | Azerbaycan  | 3.34 | 4.56 |
| 10.      | Çekya            | 5.40 | 6.28 | 29.      | Ermenistan  | 3.59 | 4.51 |
|          |                  |      |      | 30.      | Makedonya   | 3.66 | 4.50 |
|          |                  |      |      |          | OECD        | 6.61 | 7.36 |

**Kaynak:** EBRD, [www.intranet.ebrd.com](http://www.intranet.ebrd.com)

EBRD Bilgi Ekonomisi Endeksi en son 2019 yılında yayımlanmış olup, değerlendirme aralığı 1 (çok kötü) ile 10 (çok iyi) arasında değişiklik göstermektedir. Tablo 4'de seçilen ülkeler bazında EBRD Bilgi Ekonomisi Endeksi sonuçları görülmektedir. 2018 yılı itibarıyla 46 ülke arasında en iyi performansı sergileyen ülkeler sırasıyla 8.30 puan ile İsveç, 7.78 puan ile Amerika Birleşik Devletleri, 7.71 puan ile Birleşik Krallık ve 7.42 puan ile Almanya'dır. Türkiye ise 4.60 puan ile 27. sırada yer almış ve bu değer ile 7.36 puan olarak ölçülmüş olan OECD ortalamasının da altında kalmıştır.

**Tablo 5: Türkiye Açısından EBRD Bilgi Ekonomisi Alt Endeks Değerleri**

| Gösterge                        | 2011 Puanı | 2018 Puanı | 2011 OECD Ortalaması | 2018 OECD Ortalaması |
|---------------------------------|------------|------------|----------------------|----------------------|
| Sütun 1: İnovasyon Kurumları    | 5.30       | 4.87       | 7.95                 | 8.08                 |
| Sütun 2: İnovasyon Yetenekleri  | 3.63       | 4.81       | 6.54                 | 7.14                 |
| Sütun 3: İnovasyon Sistemi      | 3.68       | 3.82       | 6.41                 | 6.48                 |
| Sütun 4: BİT Altyapısı          | 2.53       | 4.90       | 5.55                 | 7.73                 |
| Boyut 1: Açıklık                | 5.06       | 5.38       | 6.53                 | 6.75                 |
| Boyut 2: İş                     | 5.39       | 4.99       | 8.48                 | 8.64                 |
| Boyut 3: Yönetişim              | 5.46       | 4.23       | 8.85                 | 8.87                 |
| Boyut 4: Genel Beceriler        | 2.82       | 4.39       | 6.93                 | 7.62                 |
| Boyut 5: Uzmanlaşmış Beceriler  | 4.45       | 5.23       | 6.16                 | 6.66                 |
| Boyut 6: İnovasyon Girdisi      | 3.89       | 4.15       | 7.17                 | 7.29                 |
| Boyut 7: İnovasyon Çıktısı      | 1.93       | 2.04       | 5.41                 | 5.42                 |
| Boyut 8: Bağlantılar            | 5.22       | 5.29       | 6.64                 | 6.73                 |
| Boyut 9: BİT Kullanılabilirliği | 2.37       | 4.77       | 5.78                 | 8.15                 |
| Boyut 10: BİT Gelişmişliği      | 2.70       | 5.04       | 5.32                 | 7.32                 |

**Kaynak:** EBRD, [www.intranet.ebrd.com](http://www.intranet.ebrd.com)

Tablo 5’te Türkiye için EBRD Bilgi Ekonomisi alt endeksi değerlerini göstermektedir. Tablo 5 incelendiğinde, 2011 ve 2018 yılları arasında inovasyon kurumları açısından Türkiye’nin performansında belirgin bir kötüleşme meydana geldiği dikkat çekmektedir. Bu durum, büyük ölçüde kötüleşen yönetim göstergelerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Söz konusu düşüş, siyasi istikrarsızlık ile de ilişkilendirilebilir (EBRD, 2019: 10). Bu nedenle, Türkiye’nin yönetim yapılarında gerçekleştireceği reformlar, başta inovasyon olmak üzere diğer bileşenlerde de olumlu sonuçlar elde etmesine olanak sağlayabilecektir.

### **2.2.3. Dünya Bankası’nın Geliştirdiği Bilgi Ekonomisi Endeksi (Knowledge Economy Index)**

Bilgi Ekonomisi Endeksi (KEI), Dünya Bankası’nın en son 2012 yılında yayımladığı Bilgi Değerlendirme Metodolojisi (KAM) çerçevesinin bir alt bileşeni olarak tanımlanmaktadır. Bilgi Ekonomisi Endeksi, bir ülkenin bilgi üretme, benimseme ve yayma kapasitesini ölçen bir göstergedir. Bu endeks, bir ülkenin bilgi geliştirme potansiyelinin genel bir yansımasını sunmaktadır.

Metodolojik açıdan, bir ülkenin bilgi ekonomisi unsurlarına ilişkin temel değişkenlerin normalize edilmiş performans puanlarının aritmetik ortalamasını ifade etmektedir. Bu unsurlar arasında eğitim ve insan kaynakları, yenilikçilik sistemleri ve bilişim teknolojileri yer almaktadır. Bilgi Ekonomisi Endeksi, bilgilerin ekonomik gelişim açısından etkin bir şekilde kullanılabilmesi için uygun ortamın değerlendirilmesine olanak tanımaktadır. Sonuç olarak bu endeks, bir ülkenin bilgi ekonomisindeki genel gelişim seviyesini temsil eden bütünsel bir gösterge niteliğindedir (Tocan, 2012: 7).

Bilgi Ekonomisi Endeksi, her bir ülke için bilgi ekonomisinin dört ana unsuru üzerindeki performansını özetlemektedir. Bu dört ana unsur, temel puan kartı üzerinde yer alan on iki bilgi göstergesine karşılık gelmektedir. Bu bağlamda, temel puan kartı bilgi ekonomisi endeksinin parçalı bir temsili olarak değerlendirilebilir (Chen ve Dahlman, 2006: 11). Yukarıda bilgi ekonomisinin ana çerçevesi olarak açıklanan bu unsurlar ve bu unsurlara karşılık gelen göstergeler, aşağıda yer alan Tablo 6'da sunulmuştur.

**Tablo 6:** Bilgi Ekonomisi Endeksi'nin Dört Ana Unsuru ve Temel Puan Kartı Eşleşmesi

| Sütun                                 | Gösterge                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Ekonomik ve kurumsal rejim</b>  | 1. Tarife ve tarife dışı engeller<br>2. Düzenleyici kalite<br>3. Hukukun üstünlüğü                                                                                                                                   |
| <b>2. Nüfusun eğitimi ve becerisi</b> | 4. Yetişkin okuryazarlık oranı<br>5. Brüt ortaöğretim okullaşma oranı<br>6. Brüt üçüncül kayıt oranı                                                                                                                 |
| <b>3. Bilgi altyapısı</b>             | 7. 1000 kişiye düşen telefon sayısı<br>8. 1000 kişi başına düşen bilgisayar sayısı<br>9. 1000 kişi başına düşen internet kullanıcıları                                                                               |
| <b>4. İnovasyon sistemi</b>           | 10. Telif hakkı ödemeleri ve makbuzları, kişi başı US\$<br>11. Milyon kişi başına düşen teknik dergi makaleleri<br>12. ABD Patent ve Ticari Marka Ofisi tarafından vatandaşlara milyon kişi başına verilen patentler |

**Kaynak:** World Bank, Measuring Knowledge in the World's Economies: Knowledge Assessment Methodology and Knowledge Economy Index, 2008 s.3.

Tablo 6'da Bilgi Ekonomisinin dört ana unsuru ve bu unsurlara karşılık gelen temel puan kartındaki karşılığı görülebilir. Görüldüğü üzere, puan kartında yer alan on iki bilgi göstergesinin her biri, bilgi ekonomisi çerçevesinin ana unsurlarından birine denk gelmektedir. Netice itibarıyla, bu göstergeler, Bilgi

Ekonomisi Endeksi 'nin oluşturulmasında kullanılmaktadır (Dünya Bankası, 2008: 3).

**Tablo 7:** Seçili Ülkeler Bazında Dünya Bankası'nın Bilgi Ekonomisi Endeksi

| Sıralama | Ülke             | 1995 | 2000 | 2012 | Sıralama | Ülke             | 1995 | 2000 | 2012 |
|----------|------------------|------|------|------|----------|------------------|------|------|------|
| 1.       | İsveç            | 9.31 | 9.53 | 9.25 | 19.      | Fransa           | 8.85 | 8.74 | 8.44 |
| 2.       | Finlandiya       | 9.14 | 8.97 | 9.09 | 22.      | Kore Cumhuriyeti | 8.38 | 8.59 | 8.13 |
| 3.       | Almanya          | 9.06 | 9.01 | 9.07 | 29.      | Lüksemburg       | 7.65 | 7.80 | 7.73 |
| 4.       | Hollanda         | 9.42 | 9.29 | 9.06 | 46.      | Rusya            | 6.14 | 5.78 | 6.25 |
| 7.       | Danimarka        | 9.28 | 9.13 | 8.92 | 49.      | Brezilya         | 5.66 | 6.06 | 6.14 |
| 8.       | Birleşik Krallık | 9.19 | 8.99 | 8.91 | 58.      | Türkiye          | 5,97 | 5,92 | 5,61 |
| 9.       | ABD              | 9.64 | 9.39 | 8.90 | 62.      | Kolombiya        | 5.45 | 5.03 | 5.37 |
| 10.      | Norveç           | 9.28 | 9.09 | 8.87 | 67.      | Çin              | 5.11 | 4.95 | 5.26 |
| 18.      | Japonya          | 8.93 | 8.96 | 8.49 | 91.      | Hindistan        | 4.64 | 4.27 | 4.13 |
|          |                  |      |      |      |          | DÜNYA Ortalaması | -    | 6,18 | 5,32 |

**Kaynak:** Knoema, [www.opendataforafrica.org/WBKEI2013/knowledge-economy-index-world-bank-2012](http://www.opendataforafrica.org/WBKEI2013/knowledge-economy-index-world-bank-2012)

Bilgi Ekonomisi Endeksi, 0 (en düşük) ile 10 (en yüksek) arasında bir değere sahiptir. Tablo 7’de seçilmiş ülkeler bazında Bilgi Ekonomisi Endeksi değerleri görülebilir. 2012 yılında Türkiye'nin 146 ülke arasında 58. sırada yer aldığı tespit edilmiştir. İlk üç sırayı ise sırasıyla İsveç, Finlandiya ve Almanya'nın paylaştığı görülmektedir.

**Tablo 8:** Türkiye için Dünya Bankası'nın Bilgi Ekonomisi Endeksi Alt Bileşenleri

| Gösterge                    | 1995 | 2000 | 2012 |
|-----------------------------|------|------|------|
| Ekonomik ve kurumsal rejim  | 6.23 | 6.13 | 6.19 |
| Nüfusun eğitimi ve becerisi | 4.00 | 4.05 | 4.11 |
| Bilgi altyapısı             | 6.55 | 6.26 | 4.50 |
| İnovasyon sistemi           | 7.08 | 7.25 | 7.65 |

**Kaynak:** Knoema, [www.opendataforafrica.org/WBKEI2013/knowledge-economy-index-world-bank-2012](http://www.opendataforafrica.org/WBKEI2013/knowledge-economy-index-world-bank-2012)

Tablo 8’de Türkiye’nin Bilgi Ekonomisi Endeksi alt bileşenlerini göstermektedir. Türkiye’nin en düşük oranlara sahip olduğu gösterge, nüfusun eğitimi ve becerisidir. Bu bağlamda, Türkiye’nin eğitim alanında ilerleme kaydetmesi için 2024 Küresel

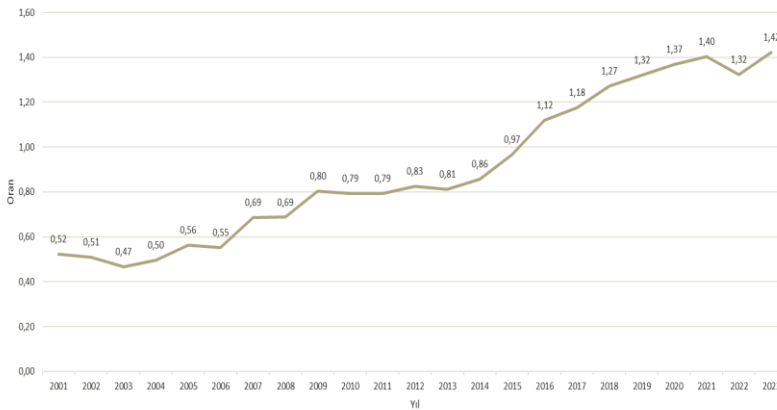
Bilgi Endeksi'nde (The Knowledge Project, 2024) vurgulanan ve geliştirilmesi gerektiği belirtilen, yükseköğretimdeki öğrenci-öğretmen oranı, akademik özgürlük ve ilköğretime yapılan devlet harcamaları (% GSYİH) gibi parametrelerde güçlü reformlara ihtiyaç duyduğu söylenebilir.

### 2.3. Türkiye'nin Bilgi Ekonomisi Performans Göstergeleri Bakımından Durumu

Bir ülkenin bilgi ekonomisine geçiş sürecinde ve bilgi ekonomisinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında, yalnızca bilgi ekonomisi endeksleriyle sınırlı kalmayıp, bazı performans göstergelerinin de analizi gerekmektedir. Bu göstergelerin başlıcaları arasında, gayrisafi yurtiçi araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) harcaması/gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) oranı (%), sektörler bazında Ar-Ge harcamaları oranı (%), Ar-Ge insan kaynağı, bilimsel yayın sayısı ve patent tescilleri yer almaktadır.

Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) harcamaları, bilgi tabanının genişlemesine ve bilgi arayışına yönelik doğrudan çabaları yansıtmaktadır. Araştırma personeline bağlı göstergeler ise, problem çözme sürecinin kapsamını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, bilgi üretimine yönelik girdilerin büyük bir kısmı, resmi Ar-Ge harcamaları ile araştırma personeli arasındaki ilişki doğrudan bağlantılı değildir. Başarılı bir Ar-Ge süreci, gayri resmi etkileşimler ve kullanıcı deneyimleri gibi çeşitli kaynaklardan beslenen yaratıcı fikirlerle şekillenmektedir. Mevcut göstergeler, genellikle kamu sektörü, yükseköğretim kurumları ve büyük firmaların Ar-Ge faaliyetlerini yansıtırken, küçük işletmelerin harcamaları sıklıkla göz ardı edilmektedir (OECD, 1996: 32).

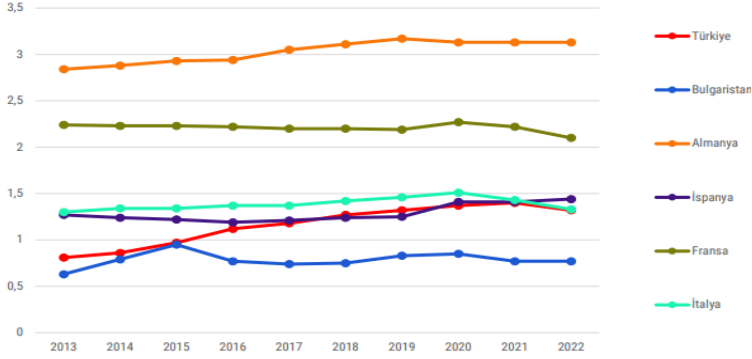
**Grafik 1:** Türkiye'nin Gayrisafi Yurtiçi Ar-Ge Harcaması / GSYH (%)



**Kaynak:** TÜİK, [www.data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=bilgi-teknolojileri-ve-bilgi-toplumu-102&dil=1](http://www.data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=bilgi-teknolojileri-ve-bilgi-toplumu-102&dil=1)

Grafik 1’de Ar-Ge harcamalarının Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) içindeki oranı görülebilir. 2001-2023 döneminde Ar-Ge harcamalarının GSYİH içindeki oranının düzenli bir artış trendi sergilediği gözlemlenmektedir. 2001 yılında GSYİH’den Ar-Ge’ye ayrılan pay yüzde 0.52 iken, 2024 yılında bu oran yüzde 1.42’ye yükselmiştir. 2001-2023 döneminde Ar-Ge/GSYİH oranı yaklaşık üç kat artış göstermiştir.

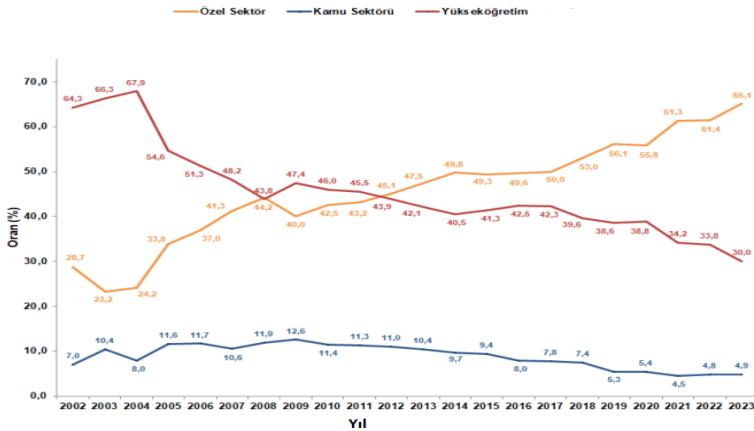
**Grafik 2:** Seçili Ülkeler Bazında Ar-Ge Harcamasının GSYİH İçindeki Oranı (%)



**Kaynak:** SER, Türkiye 2023 Ar-Ge ve İnovasyon Raporu

Grafik 2’de seçili ülkeler bakımından Ar-Ge harcamasının Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) içindeki oranı gösterilmektedir. Türkiye’nin son yıllarda Ar-Ge harcamasının GSYİH içindeki oranının, yüksek gelirli ülkeler grubunda bulunan İspanya ve İtalya ile benzer seviyelere ulaştığı, ancak Almanya ve Fransa’nın oldukça gerisinde kaldığı görülmektedir.

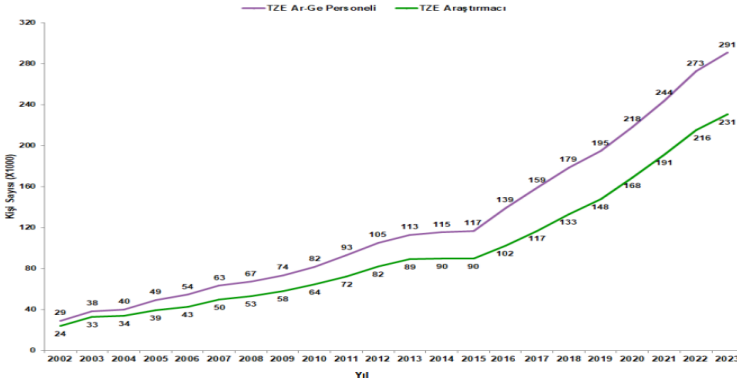
**Grafik 3:** Gerçekleştiren Sektörler Bazında Ar-Ge Harcamaları Oranı (%)



**Kaynak:** TÜBİTAK, [www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/bty-istatistikleri](http://www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/bty-istatistikleri)

Grafik 3'te gerçekleştiren sektörler bazında Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) harcamalarının oranı görülebilir. Kamu sektöründeki Ar-Ge harcamaları oranı, 2009 yılında yüzde 12.9 seviyesine ulaşmış olup, yıllar içerisinde iki katından fazla azalarak 2023 yılında yüzde 4.9 seviyesine gerilemiştir. Özel sektörün gerçekleştirdiği Ar-Ge harcamaları oranı ise 2002-2023 döneminde bir artış trendi göstermektedir. Diğer taraftan, yükseköğretim Ar-Ge harcamaları oranında ciddi bir düşüş trendi içerisindedir. 2002 yılında özel sektör Ar-Ge harcamalarının oranı yüzde 28.7 iken, yükseköğretim Ar-Ge harcamaları oranı yüzde 63.4'tür. 2012 yılına gelindiğinde özel sektör Ar-Ge harcamalarının oranı yüzde 45.1 olmuş ve bu oranın aynı yıl yüzde 43.9 seviyesinde bulunan yükseköğretim Ar-Ge harcamaları oranını geçmiştir. 2023 yılı itibarıyla özel sektör Ar-Ge harcamaları oranı yüzde 66.1'e ulaşırken, yükseköğretim Ar-Ge harcamaları oranı ise yüzde 30.0 olarak gerçekleşmiştir. 2012 yılı itibarıyla bu iki sektör arasındaki mesafenin giderek açılması dikkat çekmektedir. Bu çerçevede, Türkiye'nin Küresel Bilgi Endeksi'nde (The Knowledge Project, 2024) vurgulanan yükseköğretimdeki öğrenci-öğretmen oranı ve akademik özgürlüğün düşük olması durumunun, bu duruma neden olan etkenler olarak değerlendirilebilir.

**Grafik 4: Tam Zaman Eşdeğer Ar-Ge İnsan Kaynağı**



**Kaynak:** TÜBİTAK, [www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/bty-istatistikleri](http://www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/bty-istatistikleri)

Grafik 4'te tam zaman eşdeğer (TZE<sup>3</sup>) Ar-Ge insan kaynağı gösterilmektedir. 2002 yılında 29. 000 olan TZE Ar-Ge personeli sayısı, 2023 yılı itibarıyla 291.000'e yükselmiştir. 2002-2023 döneminde TZE Ar-Ge personeli sayısının on kat arttığı gözlemlenmektedir. Aynı dönemde TZE Araştırmacı sayısı ise 24.000'den 231.000'e çıkarak yaklaşık dokuz buçuk kat bir artış göstermiştir.

<sup>3</sup> Çalışanları haftada farklı saatlerde çalışsalar bile, karşılaştırılabilir kılan bir ölçü birimidir.

2023 yılı itibarıyla Ar-Ge personelinin eğitim düzeyine bakıldığında, toplam Ar-Ge personelinin yüzde 38.3'ünün lisans eğitimine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu oranları sırasıyla yüzde 31.0 ile doktora, yüzde 21.4 ile yüksek lisans, yüzde 4.9 ile meslek yüksekokulu ve yüzde 4.4 ile lise ve altı eğitim seviyeleri izlemektedir (TÜİK, 2023).

Yeni üretilen bilgi, genellikle bilimsel yayınlar aracılığıyla toplanmakta ve dağıtılmaktadır. Böylelikle, yeni bilgi, bilim dünyası tarafından yeni bilgi çıktıları oluşturmak amacıyla değerlendirilmektedir (Morretta, Vurchio ve Carrazza, 2002: 2). Bu yüzden, bilimsel yayıncılık, bilgi temelli ekonomi yapısının önemli bir bileşeni olarak kabul edilmektedir (Nguyen ve Pham, 2011: 108).

**Tablo 9: Türkiye Kaynaklı Bilimsel Yayınlar**

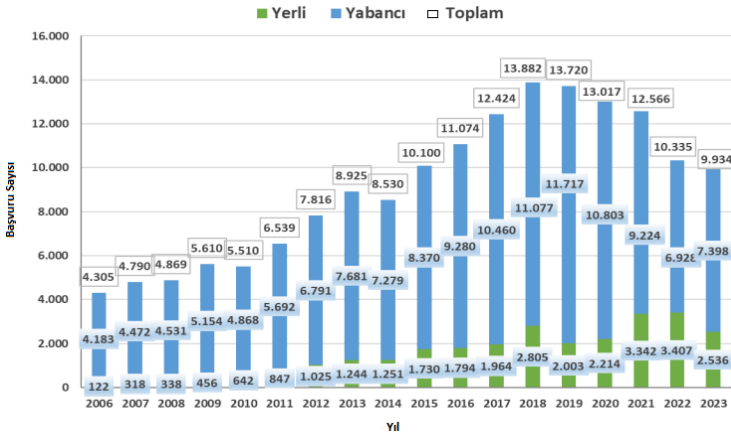
| Yıl  | Bilimsel Yayın Sayısı | Milyon Kişi Başına Düşen Bilimsel Yayın Sayısı | Dünya Sıralamasındaki Yeri |
|------|-----------------------|------------------------------------------------|----------------------------|
| 2000 | 5.437                 | 85                                             | 26                         |
| 2001 | 6.672                 | 102                                            | 26                         |
| 2002 | 9.004                 | 136                                            | 22                         |
| 2003 | 10.708                | 160                                            | 22                         |
| 2004 | 13.347                | 197                                            | 20                         |
| 2005 | 14.364                | 209                                            | 19                         |
| 2006 | 15.339                | 221                                            | 20                         |
| 2007 | 18.289                | 261                                            | 19                         |
| 2008 | 19.797                | 279                                            | 18                         |
| 2009 | 22.337                | 310                                            | 18                         |
| 2010 | 23.620                | 323                                            | 18                         |
| 2011 | 24.579                | 331                                            | 18                         |
| 2012 | 26.144                | 348                                            | 18                         |
| 2013 | 27.320                | 359                                            | 18                         |
| 2014 | 28.075                | 364                                            | 19                         |
| 2015 | 29.792                | 381                                            | 18                         |
| 2016 | 32.422                | 409                                            | 18                         |
| 2017 | 30.870                | 384                                            | 19                         |
| 2018 | 31.444                | 386                                            | 20                         |
| 2019 | 37.793                | 458                                            | 18                         |
| 2020 | 44.213                | 530                                            | 17                         |
| 2021 | 49.624                | 590                                            | 17                         |
| 2022 | 49.043                | 577                                            | 16                         |
| 2023 | 48.828                | 572                                            | 14                         |

**Kaynak:** TÜBİTAK, [www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/bty-istatistikleri](http://www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/bty-istatistikleri)

Tablo 9’da Türkiye’ye ait bilimsel yayın sayıları gösterilmektedir. 2000 yılı itibarıyla 5.437 olan bilimsel yayın sayısı, 2023 yılına gelindiğinde 48.828’e ulaşmış olup, bu süreçte dokuz kat artış göstermiştir. Aynı dönem içerisinde dünya sıralamasındaki yeri ise 26’ncı sıradan 14’üncü sıraya yükselmiştir. Milyon kişi başına düşen bilimsel yayın sayısı ise 85’ten 572’ye çıkmıştır.

Patentler, fikirlerin elle tutulur temsilleri olarak bilgi üretiminin başlıca göstergeleri arasında yer almaktadır. Geleneksel bilgi ölçüm yöntemleri arasında yer alan patentler, bilgi çıktısını doğrudan ölçme yeteneğine sahip en etkili araçlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Ülkelerin merkezi veri tabanları aracılığıyla düzenlenen ulusal patent sistemleri, patent verilerinin kapsamını genişleterek çeşitli teknolojik alanları kapsamaktadır. Patent tescilleri, buluşlar hakkında kritik bilgiler sunmaktadır. Patent verilerinin analizi için farklı yöntemler mevcut olmakla birlikte, bu yöntemler coğrafi ve endüstriyel sınıflamaları da içermektedir. Ancak, ulusal sistemler arasındaki farklılıklar, karşılaştırmalar sırasında çeşitli sorunların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (OECD, 1996: 32).

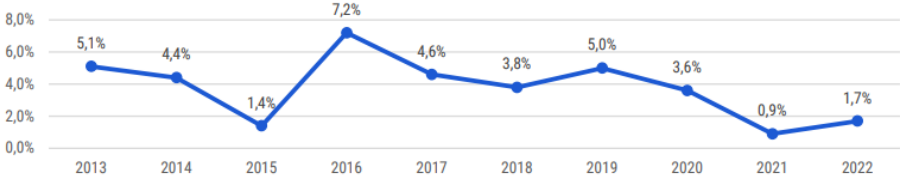
**Grafik 5: Türk Patent ve Marka Kurumu Tarafından Verilen Patent Tesciller**



**Kaynak:** TÜBİTAK, [www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/bty-istatistikleri](http://www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/bty-istatistikleri)

Grafik 5’te Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından verilen patent tescillerine ilişkin veriler verilmiştir. 2006 yılında, toplamda 4.305 patent tescili gerçekleştirilmiş olup, söz konusu tescillerin 4.183’ü yabancı kaynaklıyken, sadece 122’si ise yerli kaynaklıdır. 2023 yılı itibarıyla, toplam verilen patent tescil sayısı 9.934’e ulaşmış, bu tescillerin 7.398’i yabancı kaynaklardan gelirken, yalnızca 2.536’sı yerli kaynaklı olarak kaydedilmiştir. Türkiye, bu alanda önemli bir geri kalmışlık sergilemektedir.

**Grafik 6: Dünyada Patent Artış Oranları**



**Kaynak:** SER, Türkiye 2023 Ar-Ge ve İnovasyon Raporu

Grafik 6’da dünya genelinde patent artış oranları gösterilmektedir. 2015 yılında dünya çapında patent artış oranı yüzde 1.4 seviyesine gerilemiş, bunu takiben 2016 yılında önemli bir artışla birlikte oran yüzde 7.2’ye ulaşmıştır. 2021 yılında ise söz konusu oran, yüzde 1’in altına düşmüş ve 2022 yılında yüzde 0.8 oranında bir artışla birlikte yüzde 1.7 seviyesine ulaşmıştır.

### 3. Sonuç

İçinde bulunduğumuz yüzyıl, bilgi ve teknoloji öncülüğünde sürekli değişim ve dönüşümlere tanıklık etmektedir. Bilgi toplumu veya bilgi ekonomisi, bu değişim ve dönüşümlerin takip edilmesi ve başarıyla uygulanmasında toplumlar için büyük önem taşımaktadır. Bilgi ekonomisine geçiş yapmış toplumlar, refah ve huzur içinde yaşarken, bu geçişi gerçekleştirmeye çalışan toplumlar çeşitli sorunlarla başa çıkmaya çalışmaktadır. Bununla birlikte, dünyanın geri kalan kısmı, bu ekonomik gelişim düzeyinin oldukça uzağında kalmıştır.

Bilgi ekonomisine geçiş hedefleyen toplumların sağlıklı bir geçiş gerçekleştirebilmeleri için almaları gereken temel önlemler şu şekilde sıralanabilir. Birinci olarak, teknoloji ve iletişim alanlarına yatırım yapılmalı, bilginin maliyetsiz ve zahmetsiz bir şekilde dolaşımı ve özümsemesi sağlanmalıdır. İkinci olarak, güçlü yapısal reformlar gerçekleştirilerek ekonomik ve kurumsal yapıların daha sağlıklı bir şekilde işlemesi sağlanmalıdır. Üçüncü olarak, bilginin üretimini ve yayılmasını teşvik ederek yeni ürünlerin ortaya çıkmasına olanak tanıyacak inovasyon sistemleri inşa edilmelidir. Dördüncü olarak, beşeri sermayenin niteliğini en üst seviyeye çıkaracak eğitim politikalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu politikaların, bilgiyi etkin bir biçimde kullanabilecek zihinsel kapasite ve yetenek geliştirmeyi hedeflemesi gerekmektedir. Son olarak, tüm bu önlemlerin hayata geçirilmesinde hükümetlerin popülist unsurlar içermeyen politikalara ve güçlü bir toplumsal desteğe sahip olmaları gerekmektedir. Türkiye’nin mevcut durumunu değerlendirdiğimizde ise, ülkemizin henüz bir bilgi ekonomisi hâline dönüşmediği ve bunun için çaba sarf ettiği anlaşılmaktadır.

## Kaynakça

- Brinkley, I. (2006). Defining the Knowledge Economy. Knowledge Economy Programme Report. The Work Foundation.
- Chen, D. H.C. ve Dahlman (2006) .C. J.: The knowledge economy, the KAM methodology and World Bank operations. Washington, D.C. : World Bank Group.
- Dahlman C. ve Utz, A. (2005). India and the Knowledge Economy: Leveraging Strengths and Opportunities. The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.
- Decebal-Remus, F. (2018). The Impact of Media Consumption Habits upon the Quality of Life. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(9), s. 794-815.
- EBRD (2019). Introducing the EBRD Knowledge Economy Index.
- EBRD. 07.12.2024 tarihinde [www.intranet.ebrd.com](http://www.intranet.ebrd.com) adresinden erişildi.
- KNOEMA. 07.12.2024 tarihinde [www.opendataforafrica.org/WBKEI2013/knowledge-economy-index-world-bank-2012](http://www.opendataforafrica.org/WBKEI2013/knowledge-economy-index-world-bank-2012) adresinden erişildi.
- Lakitan, B. (2013). Connecting All The Dots: Identifying The “Actor Level” Challenges in Establishing Effective Innovation System in Indonesia. *Technology in Society*, Vol. 35 (1), s. 41-54.
- Morretta, V., Vurchio D. ve Carazza, S. (2002). The Socio-Economic Value of Scientific Publications: The Case of Earth Observation Satellites. *Technological Forecasting & Social Change*, Vol. 180.
- Nguyen, T. V. ve Pham, L. T. (2011). Scientific Output and Its Relationship to Knowledge Economy: An Analysis of ASEAN Countries. *Scientometrics*, Vol. 89, s. 107-117.
- OCDE (1996). The Knowledge-Based Economy. Paris.
- Oxford Reference. Knowledge Economy. 05.12.2024 tarihinde [www.oxfordreference.com/display/10.1093](http://www.oxfordreference.com/display/10.1093) adresinden erişildi.
- Pettinger, T. (2017). The Knowledge Economy. 05.12.2024 tarihinde [www.economicshelp.org/](http://www.economicshelp.org/) adresinden erişildi.
- Sekwati L. ve Tlhalefang, J. B. (2020). Budgeting for a Knowledge Economy: Reflections on the 2020-21 National Budget. *Stanbic Bank Botswana Quarterly Economic Review 2020*, Quarter 1.
- SER (2023). Türkiye 2023 Ar-Ge ve İnovasyon Raporu. SER Akademi Yayınları.
- Suh, J. ve Chen, D. H. C. (2007). Korea as a Knowledge Economy: Evolutionary Process and Lessons Learned. World Bank Publications - Books, The World Bank Group, Number 6755.

- The Knowledge Project (2024). 07.12.2024 tarihinde [www.knowledge4all.com/dashboard/](http://www.knowledge4all.com/dashboard/) adresinden erişildi.
- Tocan, M. C. (2012). Knowledge Based Economy Assessment. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, Issue 5. s. 1-13.
- TÜBİTAK. 07.12.2024 tarihinde [www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/bty-istatistikleri](http://www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/bty-istatistikleri) adresinden erişildi.
- TÜİK (2023). Araştırma-Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.
- TÜİK. 07.12.2024 tarihinde [www.data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=bilgi-teknolojileri-ve-bilgi-toplumu-102&dil=1](http://www.data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=bilgi-teknolojileri-ve-bilgi-toplumu-102&dil=1) adresinden erişildi.
- UNDP ve MBRF (2021). Global Knowledge Index 2021.
- United Nations Kuwait, Global Knowledge Index (GKI) 2021. 06.12.2024 tarihinde [www.kuwait.un.org/sites/default/files/2022-01/](http://www.kuwait.un.org/sites/default/files/2022-01/) adresinden ulaşıldı.
- World Bank (2002). Information and Communication Technologies: World Bank Group Support for The Development of Information Infrastructure.
- World Bank (2003a). Engendering ICT: Ensuring Gender Equality in ICT for Development. Washington, D.C.
- World Bank (2003b). ICT and MDGs: A World Bank Group Perspective. Washington, D.C.
- World Bank (2008). Measuring Knowledge in the World's Economies: Knowledge Assessment Methodology and Knowledge Economy Index.
- World Bank (2008). Measuring Knowledge in the World's Economies: Knowledge Assessment Methodology and Knowledge Economy Index.

# Bölüm 14

## Türk Devletlerinde Mali Hukuk Kavramlarının Semantik Analizi ve Literatüre Etkilerinin Değerlendirilmesi

Taner ERCAN <sup>1</sup>

### 1. Giriş

Maliye ve idaresi çekirdek devleti oluşturan en önemli unsurlar arasında yer almakta olup devletin esas işlevi mali fonksiyonu yani finansmandır. Maliyenin çekirdek devlet olmasının ve bu şekilde kabul görmesinin sebebi, devletin öncelikli yükümlülüğü olan “mali işlevini” üstlenmiş olmasıdır. Türkler, tarihte devlet kuruluşunda ve yönetiminde, devletin mali örgütlenmesinde, devlet maliyesinin idaresinde ve denetiminde son derece başarılı olmuşlardır. Bu sebeple kültürlerini, medeniyetlerini binlerce yıl boyunca yaşatabilmişlerdir. Özellikle her biri farklı kökten gelen Türk devletleri çeşitli bölgelerde, farklı kavimlerle beraber yaşamaları hasebiyle onların “dil, din, kültür, bilim, sanat, uygarlık, gelenek ve göreneklerinden” etkilenmişler, bu unsurlardan esinlenmişlerdir. Öte yandan Türklerin “töre ve gelenek-görenekleri, dil ve kültürleri” doğal biçimde iletişimde bulundukları benzer bölgelerde var olan sayısız kavmi, devletleri birçok yönden etki altına almıştır. Bu kapsamda oldukça yüksek kültürel değerler ile donatılmış, oluşturdukları yüksek medeniyetler vasıtası ile “tarih sahnesinde” hayli büyük bir öneme sahip Türkler, gelişmiş ve kıymetli medeniyetler kurmuşlardır. Ayrıca bu medeniyetleri ve kültürel değerleri sayesinde yıllarca çok geniş bölge ve coğrafyalara hükmetmişler ve dönemlerinde dünyanın var olan en güçlü uygarlıklarını yönetmişlerdir. Bu yetkinlikte uzun süreler tarihteki varlıkları askeri, siyasi, mali ve iktisadi alanlarda önemli bilgi, deneyim ve altyapıya sahip olmaları sayesinde mümkün olmuştur. Türkler ayrıca teşkilatçılık

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, taner.ercan@klu.edu.tr, ORCID:0000-0001-9647-0127

kabiliyetleri, töre ve yasaların hakim olduğu hukuk sistemleri sayesinde büyük coğrafyalarda sürekli, uzun süre devamlılığı olan birçok devletler kurmuş olup siyasi alanda varoluşlarını istikrarlı bir biçimde devam ettirebilmişlerdir. Tarihi bağlamda ulusların isimleri değişik siyasi adlar bağlamında ifade edilmiş olmasına rağmen bir milletin siyasi yönden kudretinin temeli ve devamlılığı “iktisadi ve hukuki yapılarının” dayanıklılığına bağlıdır. Tarih sayfasında istikrarlı ve güçlü bir devlet sisteminin varlığı ancak söz konusu unsurların sistematik bir şekilde uygulanması, denetlenmesi ve geliştirilmesi ile mümkün olabilmektedir. Türklerde töre ve yasaların her zaman öncelikli tutulmasından dolayı hukuksal anlamda birçok kavramın temeli oluşturulmuş, tarihsel süreçte bu yönde mali hukuk literatürüne önemli katkılar sağlanmıştır. Bu minvalde çalışmamızda, “Türk Bilim Tarihinde” son derece etkili olan mali hukuk kavramlarının semantik analiz bakış açısı yorumlanarak literatüre ilave katkı yapması amaçlanmış ve bu yönde değerlendirmeler yapılmıştır.

## 2. Türk Devletlerinde Mali Yönetim

Türk devletlerinde, *“devletin temel işlevinin merkezine ordu/güvenlik oturtulmakla birlikte kuvvetli bir ordunun varlığı güçlü bir hazinenin varlığına, güçlü bir hazinenin varlığı, refah düzeyi yüksek (vergi ödeme kabiliyeti yüksek) tebaaya, refah düzeyi yüksek bir tebaanın varlığı da doğru, adil kanunların varlığına ve bunların uygulanmasına”* bağlanmıştır (Temel, 2020: 105). Merkezi manada devlet şuru hakim olmasından dolayı “hiyerarşik bir yapılanma” söz konusudur. Bu yapılanma aynı zamanda mali çerçevede de kendisini göstermektedir. Aynı zamanda Türk devletlerinde genel kapsamda kamu düzeni, özel bağlamda ise mali düzenin sağlıklı işlemesi bakımından devlet yönetimde tüm kademelerde görevli olanların sahip olması gereken niteliklerin belirlendiği, hangi sorumluluk ve yetkilere haiz olacaklarının belirlendiği detaylı “personel yönetim anlayışının” olduğu bir yönetim ifa edilmektedir (Koca, 2002a: 559). Mali yönetim ve bu yöndeki kavramlar, ilk Türk devletlerinden itibaren sıkça kullanılmakta olan devlet yönetim araçları arasında yer almaktadır. Göktürkler, Uygurlar, Karahanlılar, Gazneliler ve Samaniler mali yönetim çerçevesinde önemli gelişmelere imza atmışlardır. Bu minvaldeki temel çalışmalar Türk tarihinde Selçuklular ve Osmanlı Devleti’ne kadar ilerleyen süreçte, söz konusu devletlerin kuruluşlarında sağlam bir mali altyapı ile teşkilatlanmasını sağlamıştır (Küçük, 2013: 224).

M.Ö. 1000’li yılların başlarında tarih sahnesine çıkan ve aynı zamanda tarihte en eski Türk devleti olarak bilinen Hunlar, Asya’daki en büyük göçebe hanlığını kurmuşlardır. Bu kapsamda Türk tarihinde muazzam bir başlangıcın temelini atan Mete Han, modern anlamda ilk devlet ve ordu anlayışını, devlet

olmaya yönelik olarak da “millet ve vatan sevgisinin kutsallığını” ortaya koymuş olup kurulan Hun Devletleri ile Avrupa ve birçok coğrafyayı medeniyetleri ile etkilemiştir (Çerçi, 2003: 93). Devlet yönetimi, mali sistem, vergi adalet anlayışları Avrupa tarihinin bu çerçevedeki temellerinin oluşmasına ciddi katkı sağlamıştır. Önemli Türk devletlerinden Göktürkler, “Kadırgan Dağları’ndan Semerkant’a kadar” göçebe bir şekilde hüküm süren önemli bir Türk Devletidir (Bekçi vd., 2021: 216-217). Göktürkler’den kalan yazılı bilgi kaynaklarından Tonyukuk Yazıtı ve Orhun Abideleri ışığında bir değerlendirme yapıldığında, iç ve dış ticaretin bölge ülkelerinden başta Çin olmak üzere Hindistan ve İran ile gerçekleştirilen ticaretler çerçevesinde ilerlediği mezkur kaynaklarda yer almaktadır. Göktürklerde “vergilerin toplanmasına önem verilmesi, devletçilik anlayışı, mali yönetim konularındaki hassasiyet” maliyeye verilen önemi göstermektedir. Turfan, Kuça mıntıklarında genel olarak “yerleşik düzene geçen” ilk Türklerden Uygurların mali yönetimleri, diğer Bozkır Türklerinde olduğu gibi egemenlikleri altındaki ülkelere “altın, madeni para ve aynı olarak yıllık vergiler ve hediyeler” alma temeline dayanmaktadır. Doğu Türkistan ve Maveraünnehir bölgelerine hükmetmiş bir Türk devleti olan Karahanlılar, mali yönetim ve hukuk temeline önemli gelişmelere imza atmışlardır (Demir, 2018: 77). Karahanlılarda devletin temel prensiplerinde “mali açıdan yönetiminde dürüstlük, doğruluk, devlet olmanın gerektirdiği sorumluluk” gibi kavramlar ortaya konmuştur. Yine “Kutad-gu Bilig ve Divan-ü Lugat-it Türk” adlı Karahanlı dönemi eserlerde; “Türk dünyasında ilk kez mali yönetimin önemi ve özellikleri vurgulanmakta, kayıt düzeninin vazgeçilmezliği” dile getirilmektedir. İran’ın kuzeyinde Horasan bölgesinde bugün itibarı ile Afganistan ve Kuzey Hindistan’da hükümdarlık kurmuş, uzun yıllar var olmuş bir Türk devleti (söz konusu devlet belirli bir zaman sonra Selçuklular’a katılmıştır) Gazneliler Devletine mali konulardaki adalet ve düzen anlayışı hakim olmuştur (Güvemli, 1995: 166). Selçuklularda ise “Nizam-ül Mülk’ün Siyasetname isimli eserinde” Gazneliler’de mali hususlardaki adalet anlayışı çerçevesinde müteaddit vakıalar aktarılmaktadır. Diğer taraftan Samani Devleti, Abbasi halifeliği tarafından tanınmış, devletin sınırları Horasan’a doğru genişlemiştir. Genel olarak literatürde, Büyük Selçuklu devletinin temel mali yapısını Samaniler ile beraber Gazneliler ve Abbasilerin etkilemiş oldukları görüşü hakim olmaktadır. Bu çerçevede; “İsmail H. Uzunçarşılı”, “Muhammed ibn Ahmed bin Yusufel”in Avrupa’da 1895 yılı itibarıyla basılan eserinden edindiği bilgiler bağlamında, Samaniler’in “mali işlerle ve devlet muhasebe defterleri” ile ilgili birçok maliye terimine rastlanmıştır (Turan, 1988: 4). Bir Moğol devleti olarak kurulmuş ancak belirli bir zaman zarfında Türkleşen, Karadeniz’in kuzeyinde hüküm süren Altınordu

Devleti, devlet mali yönetiminde ve dış ticarete önemli gelişmeler kaydetmiştir (Çerçi, 2003: 94). Mezkur devlet yönetiminde, divan şeklinde örgütlenme, gelir ve giderlerin denetlenmesi bu kapsamda önem arz etmektedir. XI. yüzyılda kurulmuş Türk devletlerinden Selçuklu Devleti, devlet yönetimi ve mali yönetim bakımından ilişki içerisinde bulundukları diğer devletleri etkilemişler, benzer dönemde ortak bir coğrafyada egemen devletlerden feyz almışlardır. Temel olarak devlet yönetimi ve mali yönetimi başta olmak üzere, iktisadi gelişmeler ile ilgili olarak günümüze kadar ulaşan belgeler; “Muhammed el Gazali (1058-1111), Nizamü-l Mülk Hasan bin Ali bin İshak (1018-1092), Muhammed bin Ali bin Süleyman el- Revandi (XII. yy başı-XIII. yy başı)’ye ait olan eserler”dir. Bahsi geçen büyük düşünür ve devlet adamlarının eserleri, Selçukluların “devlet yönetimi ve sosyal yaşam” anlayışı ile ilgili hayli bilgi içermektedir (Uzunçarşılı, 1988: 96). Osmanlı İmparatorluğunda da Türk devletlerinde geliştirilen mali yönetim, adalet ve hukuk anlayışının gelişerek devam ettiği, ulaştığı sınırlarda ve yönetiminde olan birçok devleti olumlu yönde etkilediği görülmektedir (Yurtseven, 2012: 156).

Türklerin ekonomilerinin temel faktörü vergilerdir ve yönetimde orduya verilen önem kadar mali işler hususu da aynı seviyede değer görmektedir. Vergilerin toplanmasına yönelik usuller geliştirilmiş, Asya Hun Devletinde vergi toplama ile alakalı memurlar görevlendirilmiştir. Hatta Asya Hunlarında vergi toplayan ve bu çerçevede görevli memurları kovma girişiminde bulunan “Moğol O-huan'lara karşı Bilge elig'i tarafından” savaş açılması vergi ve mali işlere verilen önemin derecesini ifade eden bir olaydır (Kafesoğlu, 1993: 316). Diğer devletlerden “Hazarlarda, Uygurlarda, Avarlarda ve Volga Bulgarlarında” ise mali işler konuları ile “Tudun” adı verilen yetkililer ilgileniyor, hakan namına vergileri denetliyorlardı. Göktürklerde ise yine benzeri bir görev yapan, vergi ile işlemlerde yetkili “mühürdar” olarak nitelendirilmekteydi. Bu çerçevede Göktürk Abidelerinden “Kül Tegin Abidesi kuzey cephesi 12-13. Satırlarda” buna yönelik bilgi şu şekilde yer almaktadır; “*On ok oğlum Türgiş kağanından Makaraç mühürdar, Oğuz Bilge mühürdar geldi*”. Ayrıca yine Göktürklerde bazı kavimlerden vergilerini hediye şeklinde edindikleri de görülmektedir. İlgili yazıtlar incelendiğinde “Köl Tigin Yazıtı Kuzey-Doğu Cephesi 11-13. Satırlarda” şu şekilde ifadelerle rastlanmaktadır; “*Matemci ve Ağlayıcı olarak Kitan, Tatabi kavminin reisi Udar Sengün geldi. Çin Hakanından Liken ve İşiyi, bir tümen hediye ile ölçsüz altın, gümüş getirdi*” (Orkun, 1994: 52).

### 3. Türk Devletlerinde Mali Hukuk Kavramlarının Semantik Analizi

Birçok Türk devletinde devlet yönetimi mali yönetim ve adalet kavramları ile iç içe geçmiştir. Varlıklarını tarih sahnesinde uzun yıllarca devam ettiren Türklerin başarılarının temel unsurunu, mali yönetim ve hukuk anlayışlarındaki adalet ve denetim oluşturmaktadır. Söz konusu kavramlar binlerce yıl iletişimde bulundukları devletleri, halkları ve medeniyetleri etkilemiştir. Avrupa uygarlığı da bu etkiler vasıtasıyla önemli gelişmeler göstermiş, olumlu yönde birçok çıkarım sağlayarak kamu mali yönetimi ve hukuk çerçevesinde ilerlemeler kaydetmiştir. Türk devletlerinde birçok kaynakta farklı şekillerde günümüz yazınında mali hukuk olarak ifade ettiğimiz bilgi ve belgeler bulunmaktadır. Bu minvalde değerlendirecek olursak bahsi geçen vetireler doğrultusunda belirtebileceğimiz başlıca kavramlar şunlardır;

Salık sözcüğü; vergi anlamını taşımaktadır. Diğer taraftan söz konusu kelimenin “ber, bergü, bert, berim, bas, basıg, baksak, kod, kodgu, çık, çıkış” şeklinde “toplamak, koymak, vermek” gibi birtakım anlamlar ifade eden kök fiillerden türetilmiş olduğu da görülmektedir. Tarihsel çerçevede “eski ve orta dönem Türk tarihinde” yoğunlukla geçerli olan ve tali anlam olarak “vergi koymak” olan “sal” fiilinden türetilmiş “salık”, vergi yerine kullanılmaktadır. Mali terminoloji çerçevesinde kullanılan “harc” kelimesi de Uygur devletinde ve Altın Ordu devletinde vergi olarak kullanılmıştır (Özyetgin, 2004: 26).

Tudun sözcüğü; “Göktürklerde, Hazarlarda, Uygurlarda, Avarlarda ve Volga Bulgarlarında” vergi toplamakla görevlendirilmiş olan memurlara verilen isimdir. Oğuzlarda ise bu ve benzeri işleri ifa edenlere “ınga” denilmektedir (Demir, 2018: 79).

Sayış sözcüğü; günümüz Türkçesinde “sayış” sözcüğüne tekabül etmektedir. Temel olarak say kökünden türemiş olan sözcük fiil bağlamında değerlendirildiğinde sayma, hesap yapma anlamlarına karşılık gelmektedir. Sağışçı sözcüğü ise, hesapları yapan, hesapları tutan olarak ifade edilebilir. Moğolcada “-tay” eki yer bildirici bir ek mahiyetindedir, bu ek ilave edildiğinde “sağıştay” sözcüğü tekemmül etmektedir. Anlam olarak da hesapların yapıldığı yer, hesap yeri şeklinde bir manayı ihtiva etmektedir. Türkçede de isim yapım eki çerçevesinde kullanılan “-tay” eki genel olarak “Sayıştay, Danıştay, Kurultay, Yargıtay” vb. kurum adlarında da tatbik edilmiştir (Küçükler ve Can, 2018: 242).

Alban sözcüğü; bir çeşit vergi mukabilinde kullanılan bir kelimedir. Uygurlarda bir hukuk vesikasında “*Tokluk, Temür hana, şikâyetle müraceat eden emlâki miriyeden üzüm bağı müstecirleri, qalan, yasaq ve alban gibi vergilerden muaf tutulmalarını rica etmektedirler*” şeklinde bir bilgi bulunmaktadır. Vesika tercümelerinde “vergi, mecburi hüzmet” çerçevesinde

değerlendirilen söz konusu bu sözcük, Uygurlarda has isim olarak da kullanılmıştır (Caferoğlu, 1934: 35).

Tutuq sözcüğü; kullanımı ve vesikalarda gördüğü içerik irdelendiğinde “rehin” olarak belirtilebilir. Metin lafzında “*Muvakkat veya daimî olarak para mukabilinde, amele sıfatı ile yahut oğulluğa terkedilen aile çocukları, borç olarak aile reisi tarafından alınan para mukabilinde*” şeklinde belirtilmiştir. Açılımı; belirli bir süreye binaen her bir vazifenin ifası ile mükellef olmayı ifade etmektedir. Bu niteliğe haiz yabancı kimseye “(borç verene)” terkedilmiş olan çocukların “terk muamelesi” durumunda “Tutuq” veya “Tutquğ” tabiri ile vesikalarda kayıt altına alınmıştır (Gökbunar ve Alparslan, 2016: 56).

Asığ sözcüğü; anlam olarak kaynaklarda “istifade, menfaat ve faide” belirtilmektedir Uygurcada “faide”, Çağatayca için “asik”, Şeyh Süleyman efendiye göre ise “asığ” şeklinde yer almaktadır. Hukuki metinlerden de anlaşıldığı üzere, temel olarak hukuki bir ıstılah olarak “temettü” veya “kar, menfaat” olarak ifade edilebilir (Türk Dil Kurumu, 1934: 7).

Qıyın sözcüğü; Uygur, Kıpçak ve Orhun metinlerinde, Telautlar ve Kazan lehçelerinde rastlanan bir kelimedir. Söz konusu kelime hukuk yazınında lafzi manada “ceza” olarak kullanıldığı belirtilmektedir (Özyetgin, 2004: 27).

Qor sözcüğü; hukuki ıstılah bağlamında irdelendiğinde “zarar ve ziyan” olmakla beraber kullanılan metinlerde qorluq sözcüğü “haklı” ve qorsuz “haksız” anlamlarında da tercüme edilmiştir. Malof sözlüğünde ise bu kelime qorluq, ziyan gören, zarar gören anlamlarında kullanılmıştır (Malov, 1932: 139).

Tanıq sözcüğü; genelde “Osmanlı, Kazan, Koman, Kırgız lehçelerinde Tanıq, Karaimcede Tanık, Çağatay Şark Türkçesinde ve Uygurcada Tanuq” şeklinde belirtilmekte olan ve lafzi olarak da kendisini muhafaza eden “şahit” anlamına gelmektedir (Mandaloğlu, 2013: 134).

Bitiq sözcüğü; araştırılan vesikalarda “Mektup, kayd, evrak ve vesika” gibi anlamlar taşıdığı anlaşılmaktadır. Malov’a göre ise hukuki metinlerde söz konusu kelimeye “vesika”, “vasiyetname” gibi anlamların yüklendiği görülmektedir ve lügatına bu minvalde dahil etmiştir (Malov, 1927: 266).

Yanut sözcüğü; hukuki bir evrakta “kaybolan hakiki bir senet yerine bunu karşılamak üzere verilen mükabil makbuz”, “ivaz, mukabil” anlamlarını taşımaktadır. Uygur tercümesinde, Ferište oğlu sözlüğünde de kelimenin ifadesi yine “ivaz” şeklindedir (Ergin, 1973: 19).

Yarğu sözcüğü; Uygur ve Kazan lehçeleri incelemelerinde “hüküm ve karar” anlamlarını içermektedir. Altay, Lebed ve Osmanlıca’da yarğı “karar, mahkeme hükmü, memur emri”; “Baraba, Koman, Çağatay, Karaim” lehçelerinde ise

“karar, mahkeme kararı, prose, dava, mahkeme, hukuki hak, emir” anlamlarında kullanılmıştır (Caferoğlu, 1934: 30).

Çam, çarım sözcüğü; hukuki kapsamda “dava, itiraz” olarak çevrimi yapılmıştır. Söz konusu sözcük günümüzde canlı olan şivelerde sadece “Çam” biçiminde, Tarançı ağzında ise “adım” ve “Tuba”, Lebed şivelerinde “sitem, tektir” gibi değişik anlamlarda ifade edilmektedir. İlgili sözcük -sız eki ile hukuk yazınlarında çamsız biçiminde “bila kaydi şart” ve “davasız” manalarını ifade etmekte olup Çamlamaq fiili şeklinde de “dava, itiraz etmek” olarak da kullanılmaktadır (Caferoğlu, 1934: 33).

Tamga kelimesi; Damga, gümrük vergisi anlamında kullanılmaktadır (Yazıcı, 2011: 29). Göktürklerde Çin’den gelen ipek ve benzeri kumaşların ülkeden geçişine binaen alınan gümrük vergisi “Tamga” olarak ifade edilmiştir (Gürün, 1984: 122).

Harc terimi; kamu hizmetlerine katılım payı olarak da günümüzde de kullanılmakta olup Altın Ordu ve Uygur bölgelerinde “vergi” tabiri olarak belirtilmektedir (Mahmud, 1985: 89).

Karahanlılarda mali yönetimin işleyişinde ve bu çerçevede kullanılan, Divan-ü Lugat-it Türk’te de ifade edilen birçok mali ve hukuki terim bulunmaktadır, bunlar; “*Alım, alacak; Alımcı, alıcı; Alış, borcun tahsili; Aşığ, kar; baçığ, sözleşme; Bay, zengin; Bayu, zenginleşme; Benek, bakır para; Bergü, borç; Berimci, borçlu; Bitig, kitap; Çekil, Çekik, deftere kayıt etme; Çınlama, denetleme; Çınlatma, onaylama; İmga, hazinedar; İlimga, yazıcı; Kazganç, kazanç; Mançu, ücret; Ogur, devlet; Ötüñç, ödünç; Öteme, ödeme; Perçem, belge; Satığ, satış, satma; Satışgan, Alışgan, alış-veriş yapma ; Sayış, ödemek; Sayıştur, karşılıklı sayışmak; Terci, ücretle çalışan, Ter, ücret; Urughuk, para olarak altın; Yarmak, para; Yawlak, değersiz*” (Koca, 2002b: 17).

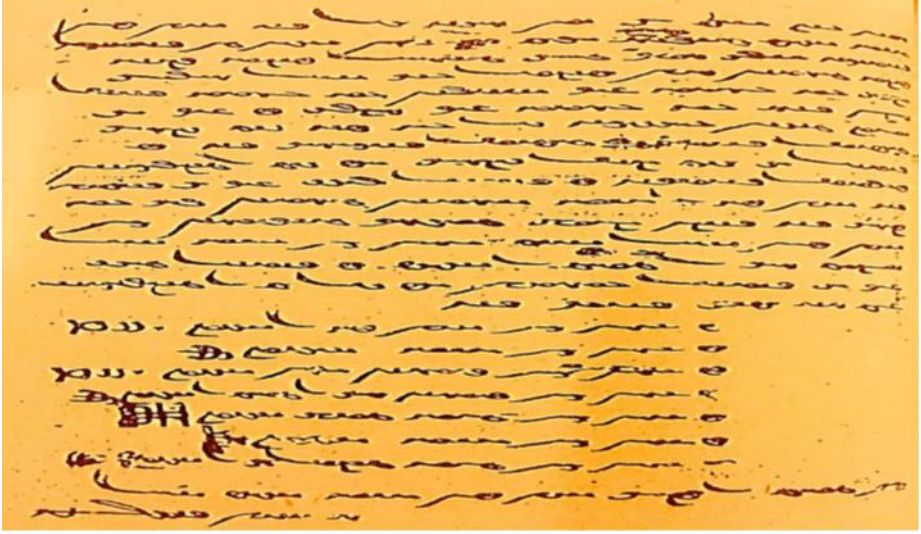
Diğer taraftan Türk tarihinde yoğunlukla kullanılan ve günümüzdeki kavramlar ile eşleştirebileceğimiz diğer sözcükler ise şu şekilde belirtilebilir;

- “*Agı : Hazine, değerli eşya, Kıymetli ipek kumaş,*
- *Agıcı : Hazinedar, tahsildar*
- *Agılık : Devlet hazinesi*
- *Alım : Alacak*
- *Alımcı : Alacaklı, borç veren*
- *Amga : Vergi tahsilatçısı*
- *Asıg : Fayda, Kazanç, Kâr, Temettü*
- *Asıglıg : Faiz*
- *Birim : Borç*
- *Birimçi : Borçlu*
- *Bitig : Defter, belge, yazı, kayıt, makbuz*

- *Çuv : Senet, makbuz*
- *Ed : Mal, eşya*
- *İnçü : Devlet malı*
- *Kalan : Vergi (topraktan alınan vergi)*
- *Kalançı : Vergi mükellefi*
- *Koçbir : Hayvan vergisi*
- *Kor : Zarar*
- *Orunçak : Depozito*
- *Sağış : Muhasebe, hesap yapma*
- *Sağışçı : Muhasebeci*
- *Satıg : Satış, satma*
- *Satıgıcı : Satıcı*
- *Tanuk : Şahit*
- *Tawarluk: Hazine, mal konan yer*
- *Ter (Tar) : Ücret*
- *Terçi (Tarçi) : İşçi*
- *Tolaç : Tazmin, ödeme*
- *Tutug : Rehin*
- *Tüş : Faiz*
- *Ulam yarlıg : Tapu senedi*
- *Ülüş : Pay, hisse*
- *Yaga : Kira bedeli*
- *Yulug : Fidyе, vergi” (Sertkaya ve Alimov, 2006: 92-100).*

Birçok Türk devleti mali ve hukuksal anlamda önemli sistemler inşa etmişler ve bunlar sayesinde uzun süreler tarih sahnesinde var olmuşlardır. Yukarıda incelediğimiz ve günümüzde yararlandığımız birçok terimi karşılayan ifadeler tarihi belgelerde yer almaktadır. Bu minvalde başta Uygurlar olmak üzere nice Türk devleti, mali literatüre ciddi katkı sağlayan sözcükleri yazıtlarında kullanmışlardır (Güvemli, 1995: 170). Söz konusu belgeler bağlamında birkaç örnek verecek olursak aşağıda belirtilen metinlerdeki bazı kelimelerin yazılışları (transkripsiyonları) ve tercümeleri şu şekilde gösterilebilir;

**Şekil-1: Örnek belgenin fotokopisi “(T.M. 225 [282/R 12])”**



Kaynak: (Güvemli, 1995, s. 178).

**“Transkripsiyon (T.M.225 [282/R 12])”**

“Koyın yıl aram ay on sekiz-ke biz inç buka  
arug ikegü tarbiş apam...erken-te bitig  
birtimiz erdi koçu-taki taysaa borluk balık  
borluk taştın ka bölük yir-nia sadığı  
altı yüz yastuk çav içindin yüz yastuk birip  
kalgan biş yüz yastuk çav kaldı bu çav-nı  
ogul tigin yengemiz-ke yaz küz kim kelser  
tegürüp birürbiz tegürüp birmeser-biz bu  
bitig-ni kim alıp kelser negü yime tıldamayın  
büdürüp birürbiz bu **bitig**-deki çav-nı birginçe  
biz inç buk-a arug iştin taştın bar yok  
bolsar-biz birle alguçı tuasu taybavşın men  
inç buka-nia inim esen men arug-nia  
oglum kar-a togm-a ikegü bu bitig-teki  
çav-nı bitig yosunça negü-ke m-e tıldamayın  
çam-sız köni birür-biz”

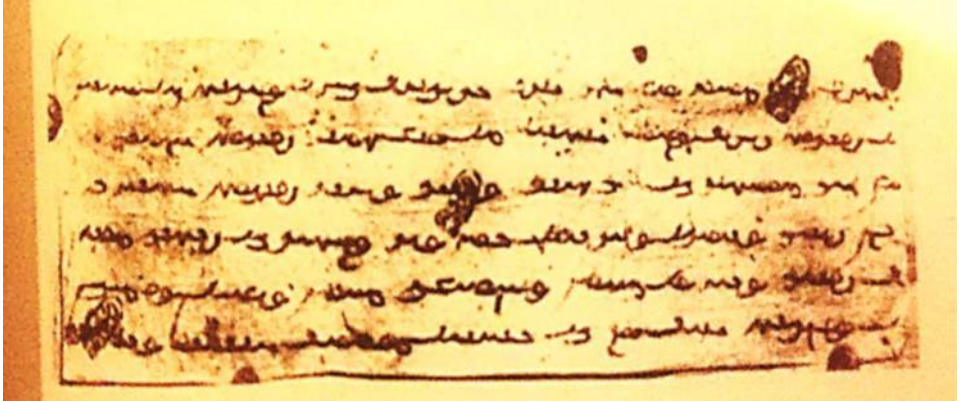
**“Tercümesi (T.M.225 [282/R 12])”**

“Koyın yıl aram ay on sekiz-ke biz inç buka  
arug ikegü tarbiş apam...erken-te bitig  
birtimiz erdi koçu-taki taysaa borluk balık

borluk taştın ka bölük yir-nia sadığı  
altı yüz yastuk çav içindin yüz yastuk birip  
kalgan biş yüz yastuk çav kaldı bu çav-nı  
ogul tigin yengemiz-ke yaz küz kim kelser  
tegürüp birürbiz tegürüp birmeser-biz bu  
bitig-ni kim alıp kelser negü yime tildamayın  
büdürüp birürbiz bu **bitig**-deki çav-nı birginçe  
biz inç buk-a arug iştin taştın bar yok  
bolsar-biz birle alguçı tuasu taybavşın men  
inç buka-nia inim esen men arug-nia  
oglum kar-a togm-a ikegü bu bitig-teki  
çav-nı bitig yosunça negü-ke m-e tildamayın  
çam-sız köni birür-biz”

Bu belgede yer alan “bitig” olarak belirtilen “senet” kelimesi kesin bir şekilde ifade edilen ve günümüzdeki mali anlamını karşılayan bir kullanımdır.

**Şekil-2: Örnek belgenin fotokopisi, “USp 52 [Klemenetz]”**



Kaynak: (Sertkaya & Alimov, 2006, s. 81).

**“Transkripsiyon, (USp 52 [Klemenetz])”**

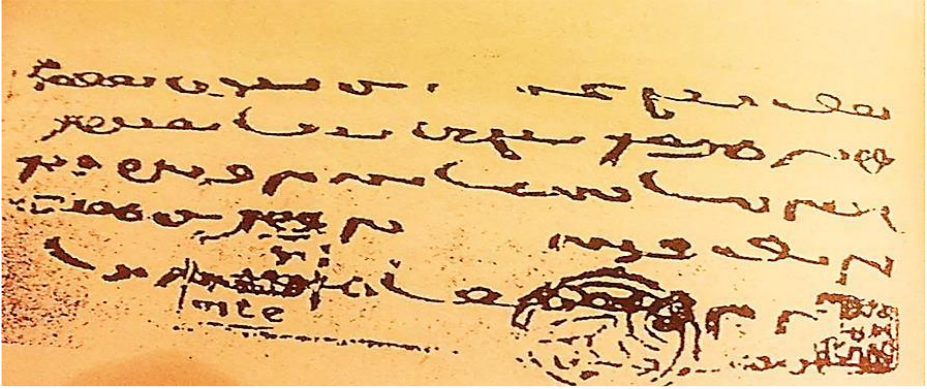
“Küskü yıl tokuz-unç ay iki yigirmike manga Bolmuş-ka asığı  
ka kümüz kergek bolup İşire-te üç stir kümüz altım  
Kaç ay tutsar mn ay sayu birer bakır kümüz asığı  
Birle köni birür mn. Birginçe yok bar bolsar mn kişim Töz  
Ün köni birsün. Tanuk: Borlukçı. Tanuk: Barçak. Bu tamga  
Mn Bolmuşning ol. Ykınç Tutung ayıtıp bitirdim.”

**“Tercüme (USp 52 [Klemenetz])”**

“Sıçan yılının dokuzuncu ayının on ikisinde Bana Bolmuş’a kullanmak için gümüş lazım oldu İşire’den üç stir gümüş aldım  
Kaç ay tutarsa tutsun (her) ay için birer bakır gümüş **faizi**  
ile doğru (olarak) vereceğim. Verinceye kadar ölürsem, Karım  
Tözün doğru olarak versin. **Sahit: Borlukçı. Sahit: Baçak Bu tamga**  
ben Bolmuş’ındır. Ben Yıkanç Tutung söyleyip yazdın”.

Söz konusu belgede de ifade edildiği üzere “borç-alacak ilişkisi, faiz, şahit ve damga” gibi önemli kavramlar kullanılmıştır (Sertkaya ve Alimov, 2006: 81-82).

**Şekil-3: Örnek belgenin fotokopisi, “(T.M. 68 [168/19])”**



Kaynak: (Güvemli, 1995, s. 180).

**“Transkripsiyon (T.M. 68 [168/19])”**

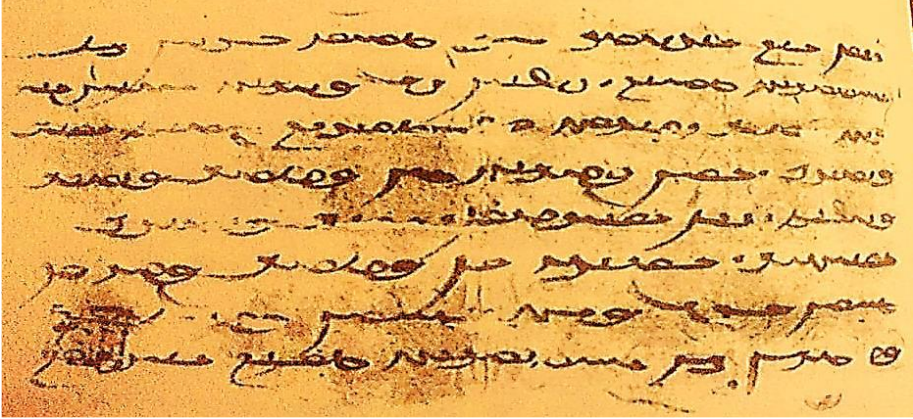
“ud yıl çakşapat ay iki oduz-ka  
buyan temür ilçi-nia nökürleriae  
keşig aş-ka bir-gü bir  
sığ ed bis tembin bor-nı turpan  
sanın-ka tudup takış-kay-a  
birşün”

**“Tercüme (T.M. 68 [168/19])”**

“Sığır yılı, on ikinci ayın yirmi ikisinde  
Buyan-Temür, elçinin adamlarına  
Sığ et, beş tembih şarabı,  
Turfan **hesabına kaydedip,**  
Takış Kaya’ya versin”.

Bu belgede yer alan “sanın-ka tudup” ifadesi “hesap” ve “kayıt” kelimelerini içermektedir. Bahsi geçen sözcükler günümüzde kullanılan mali ve iktisadi terimleri vurgulamakta olup mali çerçevede değerlendirilmektedir.

Şekil-4: Örnek belgenin fotokopisi, “(USp 48 [Klemenetz])”



Kaynak: (Sertkaya & Alimov, 2006, s. 88).

#### “Transkripsiyon (USp 48 [Klemenetz])”

“İt yıl ikinti ay tokuz yangıka mn  
Kanturmuş Toğrıl Kadir-e-ke birmiş asıglıg  
Biş stir kümüş-üg tükel altım. Öng  
bitiqi yok bolmış-ka buçung bitig  
birdim. Kin Öngtün öng bitigi  
önser yorımaşun. Buçung bolsun.  
Tanuk: Yanga Bars. Tanuk: Buyançuk.  
Bu tamga mn Kanturmuş Toğrıl-ning ol.”

#### “Tercüme (USp 48 [Klemenetz])”

“Köpek yılının ikinci ayının dokuzuncu gününde ben  
Kanturmuş Toğrıl, Kedire'ye vermiş (olduğum) faizli  
beş stir gümüşü tamamen aldım. İlk  
senedi kayborduğu için “Vuçung” e seneti  
verdim. Sonra (ki bir) zamanda onun seneti  
meydana çıksa geçerli olmasın. “Vuçung” Olsun.  
Şahit: Yanga Bars. Şahit: Buyançuk  
Bu damga ben Konturmuş Toğrılındır.”

Belgede belirtilen “senedi kaybolduğu için Vuçung’e seneti” cümlesinde “bitig” ifadesi ile senet kullanımından, “Vuçung” kelimesi ile kaybolan senet yerine düzenlenen yeni senetten bahsedilmektedir. Vuçung; tahrip olan, kaybolan veya düzeltilmesi gereken senetlerin yerine düzenlenen ve senet aslı gibi kıymet gören “yeni senede” verilen bir isimdir. Bahsi geçen kelimeler, Uygurlarda bu minvalde ticaretin mali kavramlar kapsamında şekillendiğini, belgelere verilen önem düzeyini ve günümüzde mali hukuk terimlerine olan yakınlığını ifade edilmektedir (Güvemli, 1995: 174).

## **Sonuç**

Tarih sahnesinde yer almış birçok devletin gelişimi ile doğru orantılı olarak mali kavramlar, uygulamada meydana gelen ekonomik, siyasi ve kültürel etkiler vasıtasıyla birçok değişimi yaşamıştır. Kültürel değerleri, ortaya koymuş oldukları medeniyetleri, bilim ve sanat alanlarındaki gelişmişlik düzeyleri sayesinde Türk devletleri söz konusu değişim ve etkileşimler ile tarihe ciddi katkılar sağlamıştır.

Mali literatürde önemli ifadeler anlamlar içeren sözcüklerin semantik çerçevede analizi yapıldığında binlerce yıla dayanan Türk tarihinde yer alan hayli detaylı kaynağın olduğu bir gerçektir. Bunun yanında birçok Türk devletinde de arşiv ve yazınlar sistematik bir biçimde kayıt altına alınmasına rağmen gerek yazıtlarda, gerekse arşiv incelemelerinde çok büyük eksiklikler olmasından dolayı günümüzde bu hususta pek az bilgiye ulaşılmaktadır. Mali hukuk yazınında anlam bilimsel tetkikler yapıldığında dünya tarihine mali yazın anlamında Türk tarihinin hayli önemli katkılar sağladığı söylenebilir. Epeyce zengin bir tarihi birikimine sahip Türk mali yapısının, hukuksal izdüşümü çerçevesinde de detaylı olarak incelenmesi, arşiv taramalarının yapılarak farklı bilgi ve belgelere ulaşılması elzemdir. Bu minvalde yapılacak çalışmalar, araştırmalar ile günümüz maliye, mali hukuk literatürüne önemli katkılar sağlanacaktır.

## Kaynakça

- Bekci, İ., Apalı, A., & Çulcu, T. (2021). "Türk Devletlerinde Vergi Anlayış ve Uygulamalarının Biçimsel ve Yapısal Karakteri", *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 212-222.
- Caferoğlu, A. (1934). "Uygurlarda Hukuk ve Maliye İstılahları", *Türkiyat Mecmuası*, 4, (1934): 1-44.
- Çerçi, F. (2003). "Hunlar'da Sosyal, Siyasi Hayat ve Devlet- Halk İlişkileri", *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 59-98.
- Demir, H. İ. (2018). "Türk Vergi Kültürüne Etkisi Açısından Türk Vergi Uygulamaları Tarihine Kısa Bir Bakış", *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 5(18), 64-92.
- Ergin, M. (1973). *Orhun Abideleri*, İstanbul: Boğaziçi Basım ve Yayınevi.
- Gökbunar, A.R., Alparslan, U. (2016). *Sümerlerden Türkiye Cumhuriyetine Maliye Tarihi*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Gürün, K. (1984). *Türkler ve Türk Devletleri Tarihi*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Güvemli, O. (1995). *Türk Devletleri Muhasebe Tarihi*, İstanbul: Avcıol Yayınları.
- Kafesoğlu, İ. (1993). *Türk Milli Kültürü*, 10. Baskı, İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- Koca, S. (2002a). *Büyük Hun Devleti, Genel Türk Tarihi*, Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.
- Koca, S. (2002b). *Eski Türklerde Sosyal ve Ekonomik Hayat*, Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.
- Küçük, İ. (2013). "Türk Devletlerinde Mali Yönetim-VIII.-XIII. Yüzyıllar Arası", *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*(4), 223-245.
- Küçüker, M., Can, A.V. (2018). "Tarihi Belgeler Işığında Uygurlarda Sağış", *Journal of Accounting and Taxation Studies*, 10. Yıl Özel Sayısı, 233-252.
- Mahmud, K. (1985). *Divanü Lugat-it-Türk, çev., Besim Atalay*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Mandaloğlu, M. (2013). "Eski Türklerde Sanayi, Ticaret ve Maliyenin Ekonomik Açından Değerlendirilmesi", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 129-150.
- Malov, S. E. (1927). "Dva uygurskix dokumenta", *o'iusc*, V.V. Bar-toldu, 387-394.
- Malov, S.E. (1932). "Uygurskiye rukopisniye dokumentı ekspeditsii S. F. Oldenburga", *Zapiski İnstituta Vostokovedeniya Akade-mii Nauk*, 129-149.

- Orkun, H.N. (1994). *Eski Türk Yazıtları*, 3. Baskı, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Özyetgin, A. M. (2004). *Eski Türk Vergi Terimleri*, Tengrim Türklük Bilgisi Araştırmaları 4, Ankara: KÖKSAV.
- Sertkaya, O.F., Alimov, R. (2006). *Eski Türklerde Para (Göktürklerde; Uygurlarda ve Türgişlerde*. Ankara: Ötüken Neşriyat.
- Temel, R. (2020). “Kutadgu Bilig’in Türk Maliye Tarihi Açısından Önemi”, *Maliye Çalışmaları Dergisi*, 63, 93-108.
- Turan, O. (1988). *Türkiye Selçukluları Hakkında Resmi Vesikalar*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayını.
- Türk Dil Kurumu, (1934). “Osmanlıcadan Türkçeye Söz Karşılıkları”, *Tarama Dergisi*, 1-7.
- Uzunçarşılı, İ.H. (1988). *Osmanlı Devleti Teşkilatına Medhal*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayını.
- Yazıcı, M. (2011). Sayışım Özkavramları Sözcükcesi Üzerine, *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 24-33.
- Yurtseven, İ. (2012). I. Türk Hukuk Tarihi Kongresi Bildirileri, İstanbul, Türkiye, 21 - 22 Aralık 2012, cilt.I, 151-162.

# Bölüm 15

## Yüksek Teknoloji İhracatının Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: BRICS-T Ülkeleri İçin Panel Veri Analizi

Tuğba KONUK<sup>1</sup>

### Özet

Günümüzde yüksek teknoloji ihracatı, ülkelerin ekonomik büyümesini destekleyen önemli faktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla birlikte, bilgi ve inovasyona dayalı üretim süreçleri ekonomiler için kritik bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu bağlamda, yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bu çalışma, BRICS-T (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika ve Türkiye) ülkeleri için yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyümeyi nasıl etkilediğini panel veri analizi yöntemiyle incelemektedir. Araştırmada 2009-2021 yıllarını kapsayan veri seti kullanılarak, yüksek teknoloji ihracatının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) üzerine etkisi analiz edilmiştir. Çalışmanın bulguları, yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyüme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Politika önerileri açısından, BRICS-T ülkelerinin yüksek teknoloji sektörlerine yönelik yatırımları teşvik etmesi, Ar-Ge harcamalarını artırması ve inovasyon ekosistemlerini güçlendirmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca, eğitim politikalarının teknoloji yoğun sektörlerde istihdam edilebilecek nitelikli işgücü yetiştirilmesine odaklanması önem arz etmektedir. Bu tür politikaların uygulanması halinde, yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyümeye katkısının daha da artırılması mümkün olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Yüksek Teknoloji İhracatı, Ekonomik Büyüme, Panel Veri Analizi

---

<sup>1</sup> Dr., Orcid:0000-0002-7381-4131, e-mail: yilmaz-tuba@outlook.com  
Bağımsız Araştırmacı

# **The Impact Of High Technology Exports On Economic Growth: Panel Data Analysis For BRICS-T Countries**

## **Abstract**

Today, high technology exports stand out as one of the most important factors supporting the economic growth of countries. With the acceleration of technological developments, production processes based on knowledge and innovation provide a critical competitive advantage for economies. In this context, the impact of high technology exports on economic growth has become an important research topic for both developed and developing countries. This study examines how high technology exports affect economic growth for BRICS-T (Brazil, Russia, India, China, South Africa and Turkey) countries using panel data analysis. The study analyzes the impact of high-tech exports on Gross Domestic Product (GDP) using a data set covering the years 2009-2021. The findings of the study show that high technology exports have a statistically significant and positive impact on economic growth. In terms of policy recommendations, it is emphasized that BRICS-T countries should encourage investments in high-tech sectors, increase R&D expenditures and strengthen innovation ecosystems. Moreover, it is important that education policies focus on training qualified labor force that can be employed in technology-intensive sectors. If such policies are implemented, it will be possible to further increase the contribution of high-tech exports to economic growth.

**Keywords:** High-tech Exports, Economic Growth, Panel Data Analysis

## **1. Giriş**

Gelişen ekonomilerde sürdürülebilir büyümenin temel dinamiklerinden biri, yenilik ve teknoloji odaklı sanayi politikalarının etkin bir şekilde uygulanmasıdır. Yüksek teknoloji ihracatı, katma değeri yüksek ürünlerin uluslararası piyasalarda rekabet edebilirliğini artırarak ekonomik büyümeye olumlu katkı sağlamaktadır (Grossman ve Helpman, 1991; Aghion ve Howitt, 1998). Teknolojik ilerleme ve inovasyon, uzun vadeli ekonomik kalkınmanın temel belirleyicilerinden biri olarak kabul edilmekte olup, özellikle gelişmekte olan ülkeler için kritik bir faktördür (Romer, 1990).

BRICS-T (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika ve Türkiye) ülkeleri, son yıllarda ekonomik kalkınma stratejilerinde yüksek teknoloji ürünlerine odaklanmış ve bu sektördeki ihracat performanslarını artırmaya yönelik adımlar atmışlardır (Lall, 2000). Çin'in teknolojik kapasitesini artırarak dünya ticaretinde lider konuma gelmesi (Rodrik, 2006), Hindistan'ın bilişim sektöründe kaydettiği ilerlemeler (Balasubramanyam ve Sapsford, 2007) ve

Türkiye'nin teknoloji tabanlı sanayi politikalarına yönelik reformları (Pamukçu, 2003) bu kapsamda dikkat çekmektedir.

Bu doğrultuda, yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyümeye etkisinin belirlenmesi, söz konusu ülkeler için kritik bir öneme sahiptir. Teknoloji yoğun ihracatın büyümeye pozitif etkisini ortaya koyan çeşitli ampirik çalışmalar mevcuttur (Coe ve Helpman, 1995; Keller, 2002). Bununla birlikte, gelişmekte olan ülkeler için yapılan çalışmalar, teknoloji yoğun ihracatın etkisinin ülkeye özgü faktörlere bağlı olarak farklılık gösterebileceğini ortaya koymaktadır (Lee, 2011; Fagerberg ve Srholec, 2008).

Bu çalışmanın amacı, BRICS-T ülkelerinde yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyüme üzerine etkisini 2009-2021 yılları arasında panel veri analizi yöntemiyle incelemektir. Literatürde yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyümeye etkisini inceleyen çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte, BRICS-T ülkeleri özelinde yapılan araştırmalar sınırlıdır. Bu bağlamda, çalışma, ilgili literatüre katkı sağlayarak politika yapıcılara yol gösterici bulgular sunmayı amaçlamaktadır.

Makalede öncelikle konuya ilişkin literatür taraması yapılacaktır, daha sonra veri seti, yöntem ve Panel veri analizi sonucunda elde edilen bulgular paylaşılacak ve son bölümde politika önerileri sunulacak çalışmanın genel bir değerlendirmesi yapılacaktır.

## **2. Literatür Taraması**

Yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyümeye etkisi, akademik literatürde geniş bir şekilde incelenen konular arasında yer almaktadır. Bu bölümde, konuya ilişkin yapılan çalışmalar kronolojik olarak ele alınarak sunulmuştur.

Grossman ve Helpman (1991), teknolojik yeniliklerin ve dış ticaretin ekonomik büyümeye etkisini inceleyerek, bilgi ve teknoloji transferinin uzun vadede verimliliği artırdığını vurgulamıştır. Romer (1990) ise bilgiye dayalı ekonomilerin sürekli büyüyebileceğini öne sürerek, Ar-Ge yatırımlarının ve teknoloji ihracatının önemini ortaya koymuştur.

Coe ve Helpman (2002), yüksek teknoloji ürünlerinin ihracatının toplam faktör verimliliği (TFV) üzerindeki etkisini incelemiş ve uluslararası ticaret yoluyla bilgi yayılımının büyümeyi olumlu yönde etkilediği sonucuna varmıştır. Benhabib ve Spiegel (2005), teknoloji ithalatı ve ihracatının ekonomik performans üzerindeki uzun vadeli etkilerini analiz etmiş ve gelişmiş ekonomilerde bu etkinin daha belirgin olduğunu ortaya koymuştur. Keller (2004) ise uluslararası teknoloji yayılımının, özellikle yüksek teknoloji ürünleri ticareti yoluyla, verimliliği artırdığını göstermiştir.

Lee ve Xuan (2012), Asya ülkelerinde yüksek teknoloji ihracatı ile ekonomik büyümeyi panel veri analizi kullanarak incelemiş ve teknoloji yoğun ihracatın ekonomik kalkınmayı hızlandırdığını belirtmiştir. Shafaeddin (2013), gelişmekte olan ülkelerde sanayileşmenin ve yüksek teknoloji ihracatının ekonomik gelişime etkisini tartışmış, özellikle Asya Kaplanları ülkelerine odaklanmıştır. Rodriguez-Pose ve Hardy (2015), bölgesel yenilik kapasitesinin yüksek teknoloji ihracatı yoluyla ekonomik kalkınmayı nasıl etkilediğini analiz etmiş ve Ar-Ge yatırımlarının belirleyici bir rol oynadığı sonucuna ulaşmıştır.

Wang ve Han (2020), yüksek teknoloji ihracatının çevresel süreklilik ve ekonomik performans üzerindeki etkilerini incelemiş, sürdürülebilir kalkınma açısından teknoloji bazlı ihracatın olumlu etkilerini ortaya koymuştur. Son dönem çalışmalarından Zhang ve Li (2023) ise BRICS ülkelerinde yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyümeye etkisini panel veri modeli ile analiz ederek, teknolojik yoğun ihracatın uzun vadeli büyük bir katkı sunduğunu bulmuştur.

Genel olarak literatür, yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyümeye olumlu etkiler sağladığını, ancak bu etkinin ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre değişebileceğini ortaya koymaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalar, politika yapıcıların teknoloji ihracatını teşvik etme stratejilerini belirlemesine rehberlik edebilir.

### **3. Ekonometrik Yöntem Ve Bulgular**

Bu çalışma, 2009-2021 yılları arasında BRICS-T ülkeleri için ileri teknoloji ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini panel veri analizi kullanarak incelemektedir. Panel veri modelleri, zaman serisi ve kesit verisinin birlikte kullanılmasıyla ekonometrik analizlerin etkinliğini artırmaktadır (Baltagi, 2005). Modelin tahmininde tesadüfi etkiler regresyon analizi tercih edilmiştir. Ayrıca, heteroskedasite, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon sorunlarını gidermek için Driscoll-Kraay (1998) dirençli tahmincisi uygulanmıştır.

Analizde, bağımlı değişken olarak İleri teknoloji İhracatı (LTE) kullanılmış ve bağımsız değişken olarak Kişi Başı Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (LG) ele alınmıştır. Tüm değişkenler logaritmik dönüşüm yapılarak modele dahil edilmiştir (Wooldridge, 2010). Veriler Dünya Bankası'ndan temin edilmiştir. Yüksek teknoloji ihracatı verisine ulaşılmada kısıt yaşandığı için bu veri aralığı kullanılmış ve kişi başı gayri safi yurt içi hasıla verisi de bu yıl aralığında modele dahil edilmiştir. Tablo 1.'de değişken açıklamalarına yer verilmektedir.

**Tablo 1:** Değişkenlerin Tanımlanması

| Değişkenler | Açıklama                                       | Veri Yıl Aralığı ve Kaynağı |
|-------------|------------------------------------------------|-----------------------------|
| <b>LTE</b>  | Logaritmik Yüksek Teknoloji İhracatı           | Dünya Bankası, 2009-2021    |
| <b>LG</b>   | Logaritmik Kişi Başı Gayri safi Yurtiçi Hasıla | Dünya Bankası, 2009-2021    |

Logaritmik dönüşümleri yapılan denklem aşağıda 1 nolu eşitlikte yer almaktadır:

$$LTE_{it} = \beta_0 + \beta_1 LG_{it} + \nu_{it} \quad (1)$$

Çalışmada kullanılan modelde BRICS-T ülkeleri ele alınmıştır. Bu modelde yer alan “i”, birim boyutunu, “t” zaman boyutunu göstermektedir.

i=(1...6) ve (t= 2009...2021)

Yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyüme üzerine etkisi modeli için klasik model mi, sabit etkiler modeli mi ya da tesadüfi etkiler modelinin mi uygun olduğu ile ilgili sonuçlara Tablo 2’ de yer verilmektedir.

**Tablo 2:** Panel Veri Regresyon Analizi Tahminci Testleri

|               | İstatistik Değerleri | Olasılık (Prob)Değerleri |
|---------------|----------------------|--------------------------|
| F Testi       | 187.35               | 0.000                    |
| LM Testi      | 379.44               | 0.000                    |
| Hausman Testi | 0.08                 | 0.7721                   |

Panel veri modelinin belirlenmesi için F Testi (Baltagi, 2005) ve Breusch-Pagan LM Testi (Breusch & Pagan, 1980) uygulanmıştır. Sonuçlar, bireysel ülke etkilerinin mevcut olduğunu göstermiştir. Hausman Testi (Hausman, 1978) tesadüfi etkiler modelinin uygun olduğunu doğrulamıştır. Ancak heteroskedasite (Levene, 1960; Brown & Forstye, 1974), otokorelasyon (Durbin & Watson, 1950; Baltagi & Wu, 1999) ve birimler arası korelasyon (Pesaran, 2004) testleri sonucunda bu sorunların mevcut olduğu tespit edilmiştir. Sonuçlar, F Testi ve LM Testi’nin anlamlı olduğunu ve birim ile zaman etkilerinin modelde önemli olduğunu göstermektedir. Hausman testi sonucuna göre, tesadüfi etkiler modelinin en uygun model olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 3: Heteroskedasite Test Sonuçları**

|            | $X^2$   | Prob. Değeri |
|------------|---------|--------------|
| <b>W0</b>  | 2.8320* | 0.0216       |
| <b>W10</b> | 2.7383* | 0.0254       |

\* Not: %5 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Heteroskedasite testleri sonucunda, p-değerlerinin 0.05'ten küçük olması nedeniyle heteroskedasitenin var olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, değişkenlerin varyanslarının sabit olmadığını ve modelde düzensiz dağılımlar olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4. Otokorelasyon Test Sonuçları**

|                                         |        |
|-----------------------------------------|--------|
| <b>ModifiedBhargavavd.Durbin Watson</b> | 0.3862 |
| <b>Baltagi –Wu LBI</b>                  | 0.6103 |

Durbin-Watson ve Baltagi-Wu testleri, otokorelasyonun varlığını ortaya koymuştur. Otokorelasyonun varlığı, modelde bağımlı değişkenin geçmiş değerleriyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu durum, tahminlerin doğruluğunu etkileyerek modelde düzeltmeler yapılmasını gerektirebilmektedir.

**Tablo 5. Birimler Arası Korelasyon Test Sonuçları**

|                       | $x^2$   | Prob. Değeri |
|-----------------------|---------|--------------|
| <b>Friedman Testi</b> | 12.242* | 0.031        |

\* Not: %5 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Friedman testi, birimler arası korelasyonun anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, BRICS-T ülkeleri arasındaki panel veri analizinde çapraz korelasyon etkilerinin dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

**Tablo 6. Driscoll- Kraay Dirençli Tahminci Sonuçları**

|                       | Katsayı | DriscollKraaySt | t    | P> t  |
|-----------------------|---------|-----------------|------|-------|
| <b>LTE</b>            | 0.2787* | 0.1005          | 2.77 | 0.017 |
| <b>Sabit</b>          | 1.0108  | 1.1131          | 0.91 | 0.382 |
| <b>Prob(Olasılık)</b> | 0.004   |                 |      |       |

\*Not: %5 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Driscoll-Kraay tahmincisi sonuçlarına göre, ileri teknoloji ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıdır

( $p=0.017$ ). Katsayı değeri 0.2787 olması, ileri teknoloji ihracatındaki %1'lik artışın ekonomik büyüme oranlarında %0.2787 oranında artışa yol açtığını göstermektedir. Elde edilen sonuçlar, teknoloji odaklı ihracatın ekonomik gelişime katkısını vurgulayan önceki çalışmalarla (Grossman & Helpman, 1991; Romer, 1990; Zhang & Li, 2023) tutarlıdır.

#### 4. Sonuç Ve Değerlendirme

Bu çalışmanın bulguları, yüksek teknoloji ihracatının BRICS-T ülkelerinde ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Elde edilen sonuçlar, teknoloji odaklı ihracatın ekonomik gelişime katkısını vurgulayan önceki çalışmalarla (Grossman & Helpman, 1991; Romer, 1990; Zhang & Li, 2023) tutarlıdır. Yüksek teknoloji ürünlerinin ihracatı, bilgi yayılımı ve sermaye birikimi yoluyla verimliliği artırmakta ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya katkı sağlamaktadır.

Bu çerçevede, BRICS-T ülkelerinin rekabet gücünü artırmak ve büyümeyi sürdürülebilir kılmak için belirli politika adımları atmaları kritik önem taşımaktadır:

**Ar-Ge ve Yenilik Yatırımlarının Artırılması:** Yüksek teknoloji ihracatının en büyük belirleyicilerinden biri Ar-Ge yatırımlarıdır. Coe ve Helpman (2002) ve Rodriguez-Pose ve Hardy (2015) gibi çalışmalar, Ar-Ge harcamalarının özellikle gelişmekte olan ülkelerde rekabet avantajı sağladığını ve ihracat kapasitesini artırdığını ortaya koymaktadır. BRICS-T ülkeleri, yüksek teknoloji şirketleri için finansman destekleri sunarak bu alanı güçlendirebilir.

**Eğitim ve Nitelikli İşgücü Geliştirme:** Bilgiye dayalı ekonomilerde insani sermaye kritik bir faktördür. STEM (Bilim, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik) alanlarına yönelik eğitim programlarının artırılması ve sanayi ile entegre mesleki eğitim modellerinin uygulanması gerekmektedir (Benhabib & Spiegel, 2005). Lee ve Xuan (2012), Asya ekonomilerinde bu tür eğitim programlarının teknoloji bazlı ihracatın gelişimini desteklediğini göstermiştir.

**Uluslararası Ticaret Anlaşmalarının Güçlendirilmesi:** BRICS-T ülkeleri arasında teknoloji transferini ve yatırım akışını kolaylaştıracak serbest ticaret anlaşmaları ve ortak Ar-Ge projeleri oluşturulmalıdır (Coe & Helpman, 2002). Teknoloji ihracatını artırmak için fikri mülk hakları ve yenilik politikaları geliştirilmelidir.

**Dijital Dönüşüm ve Endüstri 4.0 Stratejileri:** Sanayi politikalarının Endüstri 4.0 teknolojileri (otomasyon, nesnelerin interneti, yapay zeka) ile entegre edilmesi, üretim verimliliğini artırabilir (Wang & Han, 2020). Bu, teknoloji yoğun ürünlerin üretim kapasitesini artırarak ihracat rekabetini güçlendirebilir.

Çevresel Süreklilik ve Yeşil Teknolojilere Geçiş: Wang ve Han (2020) tarafından ortaya konulan bulgular, yüksek teknoloji ihracatının çevresel süreklilik ile birlikte değerlendirilmesi gerekliliğini göstermektedir. BRICS-T ülkeleri, yeşil enerji tabanlı yüksek teknoloji ürünlerine yönelik yatırımları destekleyerek, hem ekonomik kalkınmaya hem de sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilir.

Sonuç olarak, yüksek teknoloji ihracatı, BRICS-T ülkelerinde ekonomik büyümeyi hızlandıran kritik bir faktördür. Bu büyümeyi süreklilik arz eden bir hale getirmek için, Ar-Ge yatırımlarını artırmak, nitelikli işgücü yetiştirme politikalarını güçlendirmek ve uluslararası teknoloji iş birliklerini teşvik etmek hayati öneme sahiptir.

## Kaynaklar

- Aghion, P., & Howitt, P. (1998). *Endogenous growth theory*. MIT Press.
- Balasubramanyam, V. N., & Sapsford, D. (2007). Does India need a lot more FDI? *Economic and Political Weekly*, 42(15), 1549–1555.
- Baltagi, B. H., & Wu, P. X. (1999). Unequally spaced panel data regressions with AR(1) disturbances. *Econometric Theory*, 15(6), 814–823. <https://doi.org/10.1017/S0266466699156020>
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Benhabib, J., & Spiegel, M. M. (2005). Human capital and technology diffusion. *Handbook of Economic Growth*, 1, 935–966.
- Breusch, T. S., & Pagan, A. R. (1980). The Lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *The Review of Economic Studies*, 47(1), 239–253. <https://doi.org/10.2307/2297111>
- Coe, D. T., & Helpman, E. (1995). International R&D spillovers. *European Economic Review*, 39(5), 859–887. [https://doi.org/10.1016/0014-2921\(94\)00100-E](https://doi.org/10.1016/0014-2921(94)00100-E)
- Coe, D. T., & Helpman, E. (2002). International R&D spillovers and institutions. *Journal of International Economics*, 55(2), 325–347.
- Driscoll, J. C., & Kraay, A. C. (1998). Consistent covariance matrix estimation with spatially dependent panel data. *Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549–560. <https://doi.org/10.1162/003465398557825>
- Durbin, J., & Watson, G. S. (1950). Testing for serial correlation in least squares regression. *Biometrika*, 37(3-4), 409–428. <https://doi.org/10.1093/biomet/37.3-4.409>
- Fagerberg, J., & Srholec, M. (2008). National innovation systems, capabilities and economic development. *Research Policy*, 37(9), 1417–1435. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.06.003>
- Grossman, G. M., & Helpman, E. (1991). *Innovation and growth in the global economy*. MIT Press.
- Hausman, J. A. (1978). Specification tests in econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251–1271. <https://doi.org/10.2307/1913827>
- Keller, W. (2002). Geographic localization of international technology diffusion. *American Economic Review*, 92(1), 120–142. <https://doi.org/10.1257/000282802760015630>
- Keller, W. (2004). International technology diffusion. *Journal of Economic Literature*, 42(3), 752–782.

- Lall, S. (2000). The technological structure and performance of developing country manufactured exports, 1985-98. *Oxford Development Studies*, 28(3), 337–369. <https://doi.org/10.1080/713688318>
- Lee, K. (2011). *The rise of China and the Korean firms catching-up*. Edward Elgar Publishing.
- Lee, G., & Xuan, Y. (2012). High-tech exports and economic growth: Evidence from Asia. *Economic Modelling*, 29(2), 562-570.
- Pamukçu, M. T. (2003). Trade liberalization and technology accumulation: The case of Turkey. *Research Policy*, 32(9), 1425–1446. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(03\)00047-3](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(03)00047-3)
- Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross-sectional dependence in panels. *CESifo Working Paper Series No. 1229*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.572504>
- Rodrik, D. (2006). What's so special about China's exports? *China & World Economy*, 14(5), 1–19. <https://doi.org/10.1111/j.1749-124X.2006.00038.x>
- Rodriguez-Pose, A., & Hardy, D. (2015). Technology and industrialization: Lessons from Europe. *Regional Studies*, 49(5), 817-834.
- Romer, P. M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98(5), S71–S102. <https://doi.org/10.1086/261725>
- Shafaeddin, M. (2013). The impact of trade liberalization on industrialization: The experience of developing countries. *UNCTAD Discussion Papers*, 179.
- Wang, J., & Han, Y. (2020). High-tech export, economic growth, and environmental sustainability. *Sustainability*, 12(8), 3204.
- Wang, Y., & Han, R. (2020). Green technology exports and sustainable economic growth. *Energy Policy*, 147, 111790.
- Wooldridge, J. M. (2010). *Econometric analysis of cross-section and panel data* (2nd ed.). MIT Press.
- Zhang, J., & Li, F. (2023). High-tech exports and economic growth in BRICS countries: A panel data approach. *Economic Modelling*, 115, 105832.

# Bölüm 16

## Özel Güvenlik Konusundaki Uluslararası Yayınların Bibliyometrik Olarak İncelenmesi

**Muharrem ESENKAYA<sup>1</sup>, Yaşar ŞAHİN<sup>2</sup>**

Özel güvenliğin izleri ve kökleri antik medeniyetlere kadar dayanmaktadır. Antik Mısır'da bir firavun muhafızı, Babil İmparatorluğu muhafızı ve antik Yunan devletlerinde bulunan muhafızlar bunun ilk örneklerindendir. Büyük İskender'in fahri muhafızı, Roma'da ise ünlü Praetorian Muhafızı özel güvenliğin öncülerinden olup, büyük şehirlerde gece güvenliği için dönüşümlü olarak gerçekleşen sivil muhafızların da yer aldığı görülebilmektedir (Leştanin & Nikač, 2024).

Özel güvenlik, güvenlik yönetiminde önemli bir aktör olarak çeşitli görevler gerçekleştirmektedir. Güvenlik hizmetlerinin kavramsallaştırmasına dayanarak, özel güvenlik görevlileri, polisin gerçekleştirdiği görevleri içeren kasıtlı eylemlerden kaynaklanan zarar ve kaybı önleyen birimlerdir. Özel güvenliği kamu hukuku uygulamasından ayıran şey, çok yönlü bir iş gücünün sağlanmasına olanak tanıyan kaynakların mevcudiyeti ve esnekliktir. Bu nedenle, özel güvenlik görevlileri, yasadışı faaliyetlerin ve kazaların önlenmesinden müşteri ve ev temizliği hizmetleri sağlamaya kadar uzanan, kamu meslektaşlarına kıyasla daha çeşitli görevler gerçekleştirmektedir (Paek, 2022).

Neoliberal hükümet politikaları, bir zamanlar yalnızca kamu sektörünün tek alanı olan geleneksel kamu hizmetlerinin taşeronlaştırılmasını ve ardından özelleştirilmesini artırmış, küresel güvenliğin devletten özel aktörlere doğru "işlevsel parçalanması" olarak adlandırdığı şeye yol açmıştır. Özel güvenlik şirketlerinin uzmanlaşmış faaliyetleri gerçekleştirmek için kullanılması, "parapolising" veya toplumsal kontrolün metalaştırılması olarak da adlandırılmaktadır. Bu, ticari kazanç için devlet tabanlı faaliyetlerin "kurumsal ele geçirilmesini" temsil etmektedir.

<sup>1</sup> Araştırmacı, Giresun Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksekokulu.

E-mail: muharrem.esenkaya@giresun.edu.tr, ORCID: 0009-0004-1110-0282

<sup>2</sup> Öğretim Görevlisi Doktor, Trabzon Üniversitesi, Beşikdüzü Meslek Yüksekokulu.

E-mail: yasarsahin@trabzon.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5205-3054

Dünyada bazı sektörlerde ve birimlerde güvenlik şirketleri günümüzde milis tarzı, özel askeri şirketler kurmuş, bu bağlamda özel güvenlik sektörünün kamu sektörüne doğru büyümesi, halk arasındaki güvenlik endişeleri nedeniyle de genişlemiştir (Johnson vd., 2024).

Özel askeri şirketlerle ilgili yapılmış bazı çalışmalarda da hükümetlerle, devlet ve devlet dışı askeri yapılarla olan bağlantıları ele alınmaktadır. Bu çalışmalar, sınır anlaşmazlıkları, devletlerarasındaki veya ülke içindeki silahlı çatışmalar gibi kırılgan devletlere yönelik dış veya sınır ötesi tehditlerin özel askeri şirketleri yeni pazarlara girmeye nasıl teşvik ettiğini ele almaktadır. Özel askeri şirketlerle ilgili bazı araştırmalar ayrıca özel güvenliğin politik hassasiyetine de dikkat çekmektedir. Bu nedenle, özel askeri şirketlerin, kurumsal soruşturma hizmetlerinin ve özel güvenlik görevlilerinin düzenlenmesine ilişkin Avrupa tartışmalarının iç güvenlik ve ekonomik politikalar, AB direktifleri ve uluslararası hukuk tarafından nasıl şekillendirildiğini araştırmaktadır. Ancak bu iki literatür arasında nadiren araştırmacılar arasında bir geçiş bulunmaktadır. Gerçekten de, özel askeri şirketlerle ilgili araştırmalar, kriminolojiden daha çok uluslararası ilişkilere borçludur ve bu da kriminolojinin devlet içi faktörlere, devletler arası faktörlerden ziyade odaklandığını yansıtmaktadır (Light vd., 2022)

Özel güvenlik ilk olarak Tokyo 1964 Olimpiyatları'nda yer almış ve Los Angeles 1984 Oyunları'nda büyük ölçekte geliştirilmiştir. 2000 Sidney Olimpiyatları'nda 30.000 özel güvenlik personelinin konuşlandırıldığı ve 2006 FIFA Dünya Kupası'nda 20.000 özel güvenlik yüklenicisinin kullanıldığı tahmin edilmektedir. 2010 Vancouver Kış Olimpiyatları'nda 5500 özel güvenlik personeli kullanılmış ve 2012 Londra Olimpiyatları'nda yaklaşık 7000 özel sektör temsilcisi kullanılması amaçlanmıştır. Daha önce devletin alanı olarak kabul edilen güvenlik işlevlerinin dış kaynak kullanımı, özel güvenlik sektörünün daha genel olarak büyümesiyle bağlantılıdır. Özel güvenlik şirketleri, büyük ölçekli etkinlik güvenliğine katılımı, ağlar içindeki 'sermayelerini' artırmak için bir fırsat olarak görmektedirler. Büyük çaplı olaylar, özel güvenliğin olayın ömründen sonra büyümesini hızlandırıcı olarak hareket ederek devlet-özel ortaklıklarını derinleştirmede hayati önem taşımakta ve yeni güvenlik uygulamalarının olaydan sonra bir tür 'güvenlik mirası' olarak korunabileceğini göstermektedir (Aitken, 2022).

II. Dünya Savaşı sonrası dönemden bu yana, özel güvenlik sektörü tüm dünyada hızla büyümüş, 2017'de, küresel güvenlik pazarının tahmini değerinin 180 milyar dolar olduğu ve bu yıla kadar 240 milyar dolara çıkacağı tahmin edilmiştir. Sektör büyümesi hem Küresel Kuzey'de hem de Küresel Güney'de önem kazanmıştır. Dünya çapında yaklaşık 20 milyon kayıtlı özel güvenlik görevlisi faaliyet göstermekte olup Guardian'daki son bir rapora göre, "ABD, Çin, Kanada, Avustralya ve İngiltere dâhil olmak üzere 40'tan fazla ülkede, halkı genel olarak koruma yetkisi

olan polis memurlarından daha fazla sayıda belirli kişileri, yerleri ve şeyleri korumak için işe alınan çalışan yer almaktadır"(Puck, 2022)

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki özel güvenlik görevlilerinin sayısı polislerden çok daha fazladır ve bu görevlilerin çoğu silahlıdır. Ayrıca görevleri sıradan bir gözlemciye kolluk kuvvetlerinden çok farklı görünse de, özel güvenlik görevlileri birçok temel polis işlevini yerine getirerek: gözetleme yaparak, gözaltına alır, sorgular, tutuklar ve zorlayıcı güç kullanırlar. Dahası, tıpkı polis gibi, özel güvenlik görevlileri bu yetkileri kullandıklarında bazen bunları trajik sonuçlara yol açacak şekilde kötüye kullanılmaktadırlar. Bu nedenle, birçok kişi, "uygulandığı şekliyle, kamu güvenlik birimleri ve özel güvenliğin işlevsel olarak ayırt edilemez hale gelebileceği" sonucuna varmışlardır (Grunwald vd., 2024)

Ancak önemli olan, İngiltere özel güvenlik sektörünün ikincil statüsünü pasif bir şekilde kabul etmemiş olmasıdır. Savaş sonrası dönem boyunca, faaliyetlerini mümkün olduğunca polislik alanındaki önde gelen devlet kurumlarıyla uyumlu hale getirerek halkın gözünde meşruiyetini artırmaya çalışmıştır. Buradaki basit hesaplama, daha fazla meşruiyetin daha fazla pazar fırsatı anlamına geleceğidir. Bunu yapmak için ilk ve en belirgin stratejisi, alanda en fazla meşruiyete sahip olan kurumdan, yani polisten yük almak olmuştur. Özel güvenlik şirketleri, onlarca yıldır memurlarına polis benzeri üniformalar giydirmiş, onları polis benzeri arabalara yerleştirmiş ve polislik alanındaki kamu/özel ayrımını bulanıklaştırmak için onları yardımcı kemerler ve radyolar gibi polis benzeri gereçlerle donatmıştır. İkinci ve daha iddialı stratejisi, yasal bir lisanslama sisteminin getirilmesi için baskı yaparak İçişleri Bakanlığı ile yeni bağlantılar oluşturmak olmuştur. Bu süreç, 1960'larda, sektördeki ana ticaret birliği olan İngiliz Güvenlik Endüstrisi Derneği'nin (BSIA) ve birkaç büyük şirketin lobi faaliyetleriyle başlamış ve üç on yıl boyunca giderek artan bir ivmenin ardından, Özel Güvenlik Endüstrisi Yasası 2001'in kabul edilmesiyle sonuçlanmıştır. Bu yasa, İçişleri Bakanlığı'na karşı sorumlu ve ön saflardaki özel güvenlik görevlilerine lisans vermekle görevli, bakanlık dışı bir kamu kuruluşu olan Güvenlik Endüstrisi Otoritesi'ni (SIA) kurmuştur. Bu noktadan itibaren, bu memurların üzerlerinde resmi görünümlü bir kimlik kartı bulundurmaları istendi. Bu kimlik kartı yalnızca zorunlu eğitimden ve 'uygun ve yeterli kişi kontrollerinden geçtiklerini belirtmekle kalmayıp, aynı zamanda (polis memurları gibi) hesap verebilirlik çizgilerini İçişleri Bakanlığı, hükümet, Parlamento ve kamuoyuna kadar izlemelerini sağlamıştır. Yukarıdaki tutum belirtileri, bu meşrulaştırma stratejilerinin kamuoyunun gözünde sektörün itibarını yükseltmede sınırlı bir başarıya sahip olduğunu gösterse de, 1990'lar ile 2010'lar arasında yasal lisanslamanın getirilmesinin bu dönemde belirgin bir dönüm noktası olduğu bir yükseliş olduğunu göstermiştir. Mevcut amaçlar için, kamuoyunun şüpheciligi ve sektörün meşrulaştırılmasıyla ilgili bu uzun vadeli dinamikler özellikle önemlidir çünkü

bunlar İngiltere özel güvenlik sektörünün Covid-19 salgınına verdiği yanıtındaki rolü ve deneyimleri hakkında ışık tutmaya yardımcı olmaktadır (White, 2023).

## Yöntem

Yapılan çalışmanın amacı ülkemizde özel güvenlik konusunda yapılan çalışmaların uluslararası literatürdeki yerini belirlemek ve Türkiye’de ele alınan yayınların etkinliğini saptamaktır. Çalışmanın girişimcilik ve sosyal politikalar konusunda uluslararası literatürdeki eksiklikleri belirleyerek yeni çalışmalara rehberlik etmesi beklenmektedir. Çalışmanın verileri Web of Science (WoS) veri tabanından alınmıştır. Verilerin toplanması amacıyla “private security” kelimesi Topic alanında aratılmış ve sonuçlar incelenmiştir. Web of Science veri tabanında 2020 ile 2025 yılları arasında 261 farklı makaleye ulaşılmıştır. Söz konusu makaleler 181 dergide yayınlanmıştır. Yazılan makalelerde 13.943 yayına atıf yapılmış, yazılan makalelere ortalama 2,93 adet atıf alınmıştır. Detaylar Tablo 1’de sunulmuştur.

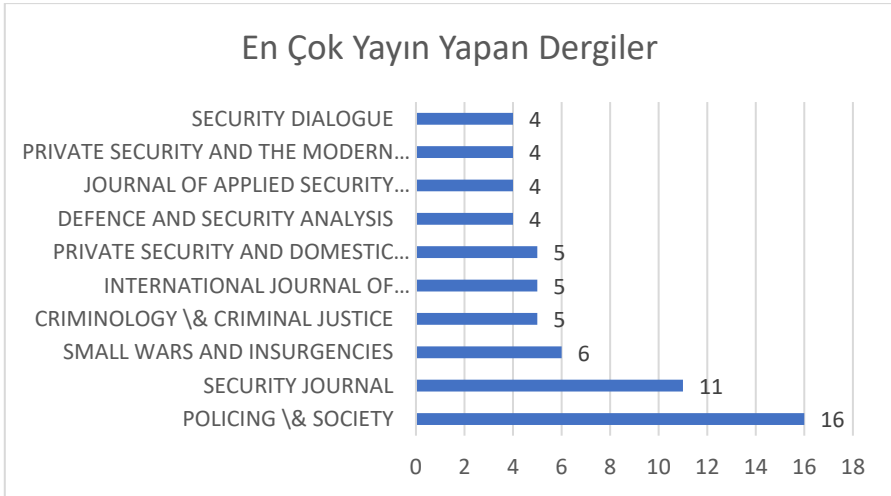
**Tablo 1.** Makale verileri.

| Değişkenler                        | Veri Sonuçları |
|------------------------------------|----------------|
| Veri Seti Hakkında Ana Bilgiler    |                |
| Zaman Aralığı                      | 2020:2025      |
| Kaynaklar                          | 181            |
| Makale Sayısı                      | 261            |
| Makale Başına Düşen Atıf Sayısı    | 2.93           |
| Atıf Sayısı                        | 13.943         |
| Doküman İçeriği                    |                |
| Anahtar Kelimeler + (ID)           | 507            |
| Yazarın Anahtar Kelimeleri (DE)    | 954            |
| Yazarlar                           |                |
| Yazarlar                           | 566            |
| Tek yazarlı dokümanların yazarları | 95             |
| Yazar İşbirliği                    |                |
| Tek yazarlı dokümanlar             | 108            |
| Doküman Başına Ortak Yazarlar      | 2.54           |
| Uluslararası ortak yazarlık %      | 20.69          |
| Döküman Türü                       |                |
| Makale                             | 222            |
| Makale: Kitap Bölümü               | 17             |
| Makale: Erken Erişim               | 22             |

Elde edilen veriler bibliyometrik analiz ile incelenmiş olup, bibliyometrik analiz belirli bir konu veya alanla ilgili tüm yayınları kapsayarak birincil çalışmaları veya yazarları ve bunların ilişkilerini belirleyebilen bilimsel bir bilgisayar destekli inceleme metodolojisidir (Han vd., 2020). Genellikle “bilim haritaları” olarak adlandırılan bibliyometrik ağları görselleştirme fikri, bibliyometrik araştırmanın ilk günlerinden itibaren önemli ilgi görmüştür. Görselleştirme, yayınlar veya dergiler arasındaki atıf ilişkileri ağlarından araştırmacılar arasındaki ortak yazarlık ilişkileri ağlarına veya anahtar kelimeler arasındaki birlikte bulunma ilişkileri ağlarına kadar çok çeşitli bibliyometrik ağları analiz etmek için güçlü bir yaklaşım haline gelmiştir (Topçuoğlu vd., 2023). Bu kapsamda elde edilen veriler WoS veritabanından bibtex formatında indirilmiş ve R 4.4.1 paket programı için bir eklenti olan bibliometrix ile incelenmiştir.

### Bulgular

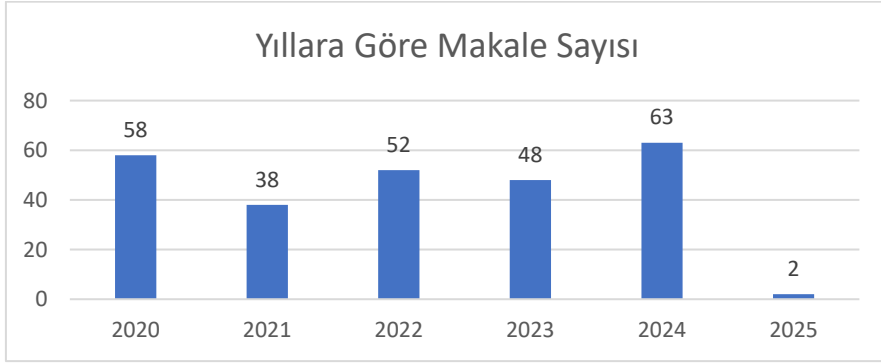
Bibliyometrik analiz sonucu birçok bilgi ve görselleştirilmiş harita ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle sadece çalışma açısından önem arz eden sonuçlar paylaşılacaktır. En çok yayın yapan dergilerin belirlenmesi ile birlikte dergilere, yazarlara, atıflara, anahtar kelimelere ve ülkelere yönelik analizler yapılacaktır. En çok yayın yapan dergilere ilişkin bilgiler Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. En çok yayın yapan dergiler.

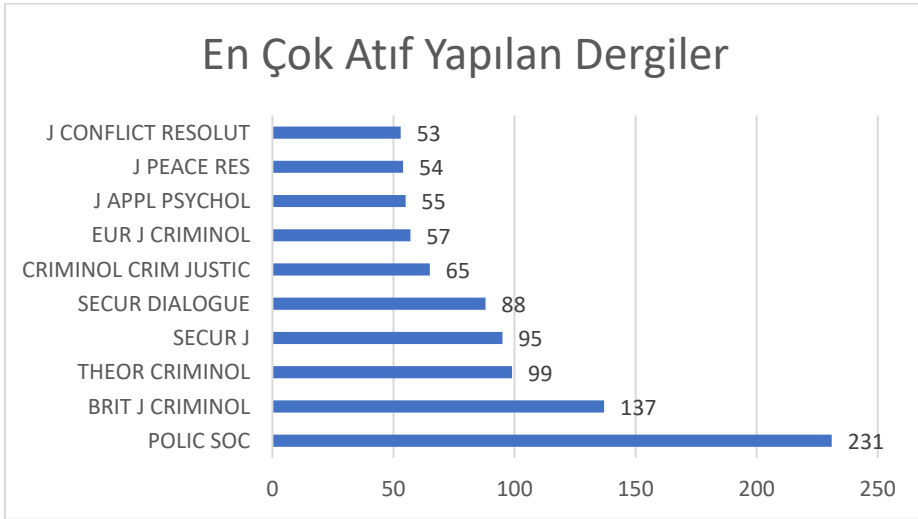
Şekil 1 incelendiğinde Policing and Society dergisinin 16 makale ile ön plana çıkmaktadır. Bu açıdan söz konusu derginin tek başına toplam yayınların %6’sını yayınladığı görülmektedir. En çok makale yayını yapan ilk 10 derginin toplam

makalelerin %24,52'sini yayınladığı belirlenmiştir. Yıllara göre makale sayısının dağılımı da Şekil 2'de sunulmuştur.



Şekil 2. Yıllara göre makale sayısının değişimi.

Şekil 2 incelendiğinde makale sayısının yıllara göre değişkenlik gösterdiği görülmek ile birlikte, özellikle 2024 yılında en yüksek makale sayısına ulaşıldığı belirlenmiştir. Konu ile ilgili makalelerin atıf sayısının da makale sayısı ile uyumlu olduğu görülmekte detaylar Şekil 3'de paylaşılmıştır.



Şekil 3. En çok atıf yapılan dergiler.

Şekil 3 incelendiğinde konu ile ilgili en çok yayın yapan Policing and Society dergisinin en fazla atıf aldığı görülürken, diğer en fazla yayın yapan dergilerin atıf sayıları ile listede tam olarak temsil edilmediği belirlenmiştir. Dergilere ilişkin daha detaylı inceleme Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2.** Dergi atıf indeks bilgileri.

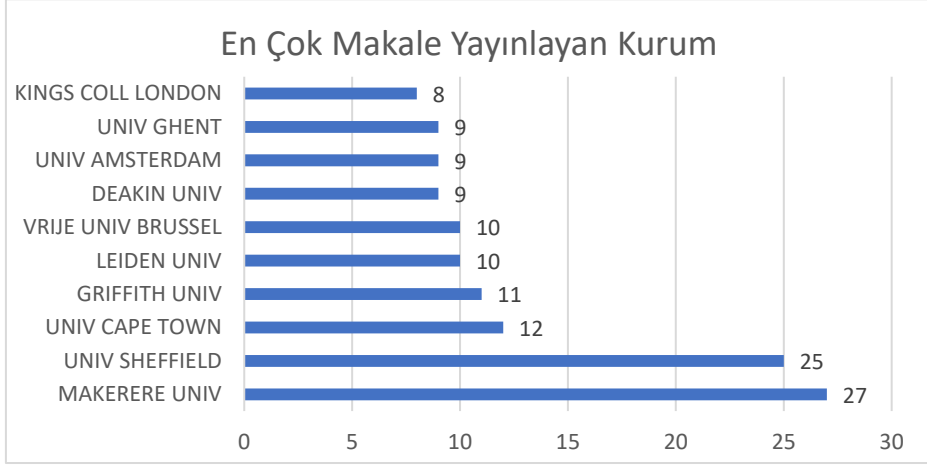
| Dergi İsmi                                                        | h indeksi | g indeksi | m indeksi | Toplam Atıf Sayısı | Yayın Sayısı | Yayınlanan İlk Makalenin Tarihi |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|--------------------|--------------|---------------------------------|
| POLICING \& SOCIETY                                               | 6         | 7         | 1         | 75                 | 16           | 2020                            |
| DEFENCE AND SECURITY ANALYSIS                                     | 3         | 4         | 0,50      | 17                 | 4            | 2020                            |
| INTERNATIONAL JOURNAL OF COMPARATIVE AND APPLIED CRIMINAL JUSTICE | 3         | 4         | 0,60      | 19                 | 5            | 2021                            |
| SECURITY JOURNAL                                                  | 3         | 4         | 0,50      | 20                 | 11           | 2020                            |
| SMALL WARS AND INSURGENCIES                                       | 3         | 5         | 0,50      | 26                 | 6            | 2020                            |
| ARMED FORCES \& SOCIETY                                           | 2         | 2         | 0,33      | 18                 | 2            | 2020                            |
| BMC PUBLIC HEALTH                                                 | 2         | 2         | 0,40      | 16                 | 2            | 2021                            |
| CRIME MEDIA CULTURE                                               | 2         | 2         | 0,33      | 22                 | 2            | 2020                            |
| CRIMINOLOGY \& CRIMINAL JUSTICE                                   | 2         | 3         | 0,50      | 11                 | 5            | 2022                            |
| FRONTIERS IN PUBLIC HEALTH                                        | 2         | 2         | 0,40      | 7                  | 3            | 2021                            |

Tablo 2’de yer alan h-indeksi, bir yazar veya kaynak tarafından üretilen yayınların ve aldıkları atıfların yayınlara göre bilimsel olarak karşılaştırılmasını sağlayan bibliyometrik bir gösterge birimi olarak kullanılır. Kısaca h-indeksi yayınların görünürlüğü ve niceliği hakkında bilgi verir (Bornmann & Daniel, 2007). g-indeksi, h-indeksini iyileştirmek için bir dizi makalenin genel atıf performansının daha doğru bir ölçümünü sağlamıştır. Bu bağlamda  $g \geq h$  durumuna göre daha yüksek veya eşit sonuçlar vermektedir (Egghe, 2006). m-indeksi, h-indeksinin yayın yaşına göre düzeltilmesini içerir. Zamanı hesaba katması nedeniyle h-indeksine göre üstünlüğe sahiptir (von Bohlen und Halbach, 2011). Yazarlara ilişkin atıf indeks bilgileri Tablo 3’te yer almaktadır.

**Tablo 3.** Yazar atıf indeks bilgileri.

| Yazar         | h indeksi | g indeksi | m indeksi | Toplam Atıf | Toplam Yayın Sayısı | İlk Yayın Tarihi |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-------------|---------------------|------------------|
| KIWANUKA N    | 4         | 5         | 0,67      | 28          | 5                   | 2020             |
| MUWANGUZI PA  | 4         | 6         | 0,67      | 36          | 6                   | 2020             |
| WHITE A       | 4         | 6         | 0,67      | 40          | 7                   | 2020             |
| NABUNYA R     | 3         | 3         | 0,60      | 22          | 3                   | 2021             |
| NELSON LRE    | 3         | 4         | 0,50      | 22          | 4                   | 2020             |
| NGABIRANO TD  | 3         | 3         | 0,60      | 18          | 3                   | 2021             |
| OSINGADA CP   | 3         | 3         | 0,60      | 18          | 3                   | 2021             |
| SEWANKAMBO NK | 3         | 4         | 0,50      | 22          | 4                   | 2020             |
| BERG J        | 2         | 2         | 0,50      | 9           | 2                   | 2022             |
| BUTS C        | 2         | 2         | 0,33      | 10          | 2                   | 2020             |

Tablo 3 incelendiğinde yazarların m indeksine göre ve isim sırası göz önüne alınarak sıralandığı görülmektedir. Tabloya göre Kiwanuka'nın ön plana çıktığı belirlenmiştir. En çok yapan kuruluşa ilişkin olarak ta bilgiler Şekil 4'de sunulmuştur.



**Şekil 4.** En çok makale yayınlayan kurumlar.

Şekil 4'te yer alan kurumlar incelendiğinde Uganda'da yer alan Makerere Üniversitesindeki araştırmacıların yer aldığı belirlenmiştir. Ükelere göre atıf sayısı ve makale başına atıf ortalaması Tablo 4'te yer almaktadır.

**Tablo 4.** Ükelere göre makale ve atıf bilgileri.

| Ülke           | Toplam Atıf | Makale Başına Atıf Ortalaması |
|----------------|-------------|-------------------------------|
| UNITED KINGDOM | 173         | 4,3                           |
| USA            | 113         | 3                             |
| NETHERLANDS    | 74          | 6,7                           |
| AUSTRALIA      | 65          | 4,1                           |
| CHINA          | 65          | 4,6                           |
| UGANDA         | 36          | 6                             |
| CANADA         | 32          | 3,2                           |
| BELGIUM        | 29          | 4,1                           |
| GERMANY        | 25          | 2,1                           |
| SWEDEN         | 23          | 3,3                           |

Şekil 5'te sunulduğu üzere yayınlanan 261 makalenin anahtar kelimeleri içerisinde en çok 26 defa tekrarlanan “özel güvenlik” kelimesi olduğu, devam eden sırada “suç” kelimesinin 23 kez, “siyaset” kelimesinin 22 kez tekrarlandığı belirlenmiştir. Kelimelere ilişkin kelime bulutu Şekil 4'de verilmiştir.



güvenliğinin korunması, toplumsal huzurun sağlanması ve suçların önlenmesi, devletlerin olduğu kadar bireylerin ve kurumların da başlıca hedefleri arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, güvenlik hizmetleri yalnızca kamu tarafından değil, aynı zamanda özel sektör tarafından da sunulmaya başlanmıştır. Özellikle son dönemde küreselleşmenin etkileri, şehirleşmenin artması ve buna bağlı olarak suç oranlarının yükselmesi, devletlerin sağladığı güvenlik hizmetlerinin yetersiz kalmasına neden olmuştur. Bu durum, özel güvenlik şirketlerinin ortaya çıkmasına ve hızla yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır.

Dünyada şirketlerinin ortaya çıkışı ve yaygınlaşması, güvenlik kavramının yeniden tanımlanmasını da beraberinde getirmiştir. Özel güvenlik şirketleri, kolluk kuvvetlerinin tamamlayıcı unsuru olarak görev yapmakta ve kamu güvenliğinin sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedirler. Günümüzde özel güvenlik sektörünün ekonomik büyüklüğü ve istihdam kapasitesi dikkate değer boyutlara ulaşmıştır. Bu çalışmada, özel güvenlik konusunda uluslararası düzeyde yapılan yayınların bibliyometrik analizi gerçekleştirilerek alandaki araştırma eğilimleri, öne çıkan temalar, etkili yazarlar, dergiler ve ülkeler belirlenmiştir.

Özel güvenlik kavramının gittikçe artan bir önem sahip olması bu alanda birçok akademik çalışmanın ortaya çıkmasını sağlamış, bu alanda pek çok bilimsel eser literatürde yer almaya başlamıştır. Çalışmaların ve literatürün analiz edilmesini amaçlayan bu çalışma, Web of Sciences veri tabanından elde edilmiş, 2020 ile 2025 yılı arasında yayımlanmış, 222 makale, 17 kitap bölümü ve erken erişim türünde 22 eser olmak üzere toplam 261 yayın bibliyometrik analiz ile ele alınmıştır.

Elde edilen bulgulara özel güvenlik alanındaki yayınlara araştırmacılar tarafından ilgi duyulduğu ve yayın sayısının artış gösterdiği, konuya ait yayınlarda 16 makale yayımlanmış Policing and Society dergisinin ilk sırada yer aldığı görülmüştür. Security Journal dergisi de 11 yayın ile ikinci sırada yer alarak konu ile ilgilenen araştırmacılar için önemli kaynak olmuşlardır. Yayınlarına en çok atıf alan derginin de 231 atıf sayısı ile Policing and Society dergisi olduğu bulgulara görülmüş, yapılan yayın sayısının 2024 yılında 63 yayın ile en üst seviyeye ulaştığı görülmüştür. Yayınların görünürlüğü ve niceliği hakkında bilgi sağlayan h indeksi değerinin dergiler açısından yapılan analizinde Policing and Society dergisinin, yazarlar açısından ele alınan indeks verilerinde ise N. Kiwanuka'nın ilk sırada yer aldığı görülmüştür.

Bulgulara özel güvenlik alanındaki yayınların en fazla yapılmış olduğu kurumun Makerere Üniversitesi olduğu da tespit edilmiş olup yayınlarına en çok atıf alan ülke Amerika Birleşik Devletleri olmuştur. Özel güvenlik alanında yapılan çalışmalarda en sık tekrar edilen anahtar kelimelerin başında “private

security” kavramı yer alırken hükümet, politika, suç ve şiddet gibi kelimelerin ön plana çıktığı, kelime bulutundan görülmüştür.

Çalışma, özel güvenlik alanında yapılan çalışmaların bibliyometrik açıdan analizine dayalı olup bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılar için ön plana çıkan yayınlar, yazarlar, yayın kuruluşları, ülkeler, anahtar kelimeler gibi farklı açılardan değerlendirilmesini içermektedir. Çalışma Web of Sciences veri tabanı üzerinden elde edilen 261 yayın ile sınırlandırılmış olup gelecekte yapılacak çalışmalarda daha farklı kaynaklardan elde edilen verilerin kullanılması, farklı yayın türlerinin de analize dâhil edilmesi ve farklı yöntemlerinin kullanılması ilgili alandaki araştırmalara ve araştırmacılara kaynak oluşturacaktır.

## Referanslar

- Aitken, A. (2022). Community perceptions of private security at a mega-event. *Security Journal*, 35(4), 987-1005. <https://doi.org/10.1057/s41284-021-00309-y>
- Bornmann, L., & Daniel, H.-D. (2007). What do we know about the h index? *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(9), 1381-1385. <https://doi.org/10.1002/asi.20609>
- Egghe, L. (2006). Theory and practise of the g-index. *Scientometrics*, 69(1), 131-152. <https://doi.org/10.1007/s11192-006-0144-7>
- Grunwald, B., Rappaport, J., & Berg, M. (2024). Private security and public police. *Journal of Empirical Legal Studies*, 21(3), 428-481. <https://doi.org/10.1111/jels.12393>
- Han, J., Kang, H.-J., Kim, M., & Kwon, G. H. (2020). Mapping the intellectual structure of research on surgery with mixed reality: Bibliometric network analysis (2000–2019). *Journal of Biomedical Informatics*, 109, 103516. <https://doi.org/10.1016/j.jbi.2020.103516>
- Johnson, B. R., Marson-Reed ,Jennifer, Kierkus ,Christopher A., & and Copeland, A. (2024). Human Rights Policies, Guidelines, and Standards in The Private Security Industry: A Scoping Review. *Journal of Applied Security Research*, 0(0), 1-30. <https://doi.org/10.1080/19361610.2024.2368962>
- Leštanin, B., & Nikač, Ž. (2024). Private security business: State and trends in Serbia. *International Review*, 1-2, 221-232. <https://doi.org/10.5937/intrev2401221L>
- Light, M., Singh, A.-M., & Gold, J. (2022). Private security and national security: The case of Estonia. *Theoretical Criminology*, 26(4), 664-683. <https://doi.org/10.1177/13624806221099930>
- Paek, S. Y. (2022). Correlates of private security officers' job satisfaction in South Korea. *International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice*, 46(3), 313-322. <https://doi.org/10.1080/01924036.2021.1899001>
- Puck, L. (2022). The State in Private Security: Examining Mexico City's Complementary Police. *Democracy and Security*, 18(1), 1-25. <https://doi.org/10.1080/17419166.2021.1972286>
- Topçuoğlu, E., Oktaysoy, O., Erdoğan, S. U., & Karatepe, S. G. (2023). İşsizlik ve Girişimcilik Kavramlarına Bibliyometrik Bakış. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(2), Article 2. <https://doi.org/10.20491/isarder.2023.1649>
- von Bohlen und Halbach, O. (2011). How to judge a book by its cover? How useful are bibliometric indices for the evaluation of “scientific quality” or

“scientific productivity”? *Annals of Anatomy - Anatomischer Anzeiger*, 193(3), 191-196. <https://doi.org/10.1016/j.aanat.2011.03.011>

White, A. (2023). Critical workers? Private security, public perceptions and the Covid-19 pandemic. *Security Journal*, 36(2), 317-332. <https://doi.org/10.1057/s41284-022-00339-0>

# Bölüm 17

## Toplumsal Cinsiyet Rollerini Çerçevesinde Zorunlu Bir Şekilleniş: Erkeklik Bunalımı Üzerine Bir İnceleme

Yunus KARA<sup>1</sup>, Tuğba Billur KAYA<sup>2</sup>

### Giriş

Toplumsal cinsiyet rolleri, bireylerin toplumsal olarak kabul edilen kimlikleri, davranışları ve görevleri nasıl yerine getireceklerine dair normlar sunmaktadır. Erkeklik de bu normlar çerçevesinde şekillenmekte ve erkeklerden, özellikle ailede ve iş hayatında, belirli performanslar göstermeleri beklenmektedir (Ashe, 2007). Erkeklik bunalımı, bu beklentilerle uyumsuzluk durumunda ortaya çıkabilmektedir. Erkeklik bunalımı (male malaise), erkeklerin toplumsal cinsiyet normlarına, ailevi ve sosyal sorumluluklarına, ekonomik baskılara ve kişisel kimlik arayışlarına bağlı olarak yaşadıkları psikolojik, duygusal ve sosyal zorlukları ifade eden bir kavramdır (Bauman, 2004). Bu kavram, bireylerin toplumsal erkeklik rollerine uyum sağlamak zorlandıkları, kendilerini bu roller içinde sıkışmış ve tükenmiş hissettikleri bir durumu tanımlamaktadır. Erkeklik bunalımının, toplumun dayattığı güçlü, bağımsız ve kontrol sahibi olma gibi erkeklik idealleriyle çatışması sonucu ortaya çıktığı düşünülmektedir (Mullen, 2013).

Erkeklik bunalımının, erkeklerin kişisel ve toplumsal düzeydeki yaşam kalitelerini nasıl etkilediği, hala sınırlı sayıda çalışmayla ele alınmaktadır. Erkeklerin, toplumsal cinsiyet rollerine bağlı kalmak zorunda hissetmeleri, kendilerini değerli ve başarılı hissetme konusunda büyük bir baskı oluşturmaktadır (Seidler ve ark., 2016). Bu baskılar, erkeklerin fiziksel ve psikolojik sağlıklarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Addis ve Mahalik, 2003). Erkeklik bunalımının, özellikle Türkiye gibi geleneksel cinsiyet

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Sinop Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, kara.yunus93@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7812-5845

<sup>2</sup> Öğr. Gör., İstanbul Teknik Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu, bkaya@itu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8373-643X

normlarının güçlü olduğu toplumlarda daha belirgin hale geldiği düşünülmektedir. Bu bağlamda, erkeklik bunalımının bireysel yaşamları nasıl şekillendirdiği ve toplumsal dinamiklerle nasıl etkileşime girdiği büyük bir araştırma gereksinimi oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, erkeklik bunalımını toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde analiz etmek ve erkeklerin bu rollerle olan ilişkilerini derinlemesine incelemektir. Erkeklik bunalımının toplumsal, kültürel ve ekonomik faktörlerle nasıl şekillendiğini anlamak, toplumsal cinsiyet normlarının erkeklik üzerindeki etkilerini ortaya koymak bu çalışmanın temel hedefleridir. Ayrıca, erkeklerin bu baskılarla nasıl başa çıktıkları, toplumsal cinsiyet eşitliği ve erkeklik algısının nasıl dönüştürülebileceği üzerine de bazı önerilerde bulunulacaktır. Çalışma, erkeklik bunalımının daha etkili bir biçimde ele alınabilmesi için sosyal politikalar ve toplumsal yaklaşım önerileri sunmayı amaçlamaktadır.

### **Toplumsal Cinsiyetin Tarihsel ve Kültürel Boyutları**

Toplumsal cinsiyet, atanmış cinsiyetten farklı olarak, bir bireyin toplum içinde kadın, erkek ya da başka bir cinsiyet kimliği olarak nasıl kabul edilip, rol ve beklentilere göre nasıl şekillendirildiğini ifade etmektedir (Balbus, 2002). Toplumsal cinsiyet rolleri, bireylerin toplumda belirli görevler, sorumluluklar ve davranışlar sergilemesini bekleyen normatif kurallardır (Blackstone, 2003). Bu roller, tarihsel ve kültürel süreçler içinde şekillenmiş ve zamanla toplumsal yapıları pekiştiren normlara dönüşmüştür.

Tarihsel süreç incelediğinde, toplumsal cinsiyet rollerinin genellikle katı ve ikili bir yapıya dayandığını söylemek mümkündür (Horrocks, 1994). Kadınlar ev içi rollerle, erkekler ise dış dünyada, aileyi geçindiren, güçlü ve lider figürler olarak konumlandırılmıştır (Oakley, 1972). Bu normlar, toplumların ekonomik yapıları, dini inançları ve kültürel değerleriyle şekillenmiş ve bu rollerin sürdürülmesi, toplumsal düzenin korunması açısından kritik olarak görülmüştür. Ancak zaman içinde özellikle kadın hakları hareketi, toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesi ve diğer toplumsal değişimler, bu geleneksel rolleri sorgulamaya başlamış ve toplumsal cinsiyet rollerinin daha esnek ve çok katmanlı bir yapıya bürünmesine olanak sağlamıştır. Türkiye’de de geleneksel erkeklik ve kadınlık rolleri, tarihsel olarak köklü bir şekilde belirlenmiş ve toplum arasında erkeklere güçlü ve lider; kadınlara ise ev içi roller ve bakım veren figürler olarak bir kimlik atfedilmiştir. Ancak modernleşme süreci, toplumsal cinsiyet normlarının yeniden şekillenmesine neden olmuş ve erkeklerin rolü de bu dönüşüm sürecinde yeniden ele alınmıştır.

Erkeklik, yalnızca atanmış cinsiyetle sınırlı bir kavram değildir; toplumsal olarak inşa edilen bir kimliktir (Javanmard, 2024). Toplumsal cinsiyet rolleri

arasında en belirgin olanlardan biri de erkekliktir. Erkeklik normları, erkeklerin nasıl davranmaları, hangi rolleri üstlenmeleri gerektiğini belirleyen toplumsal ve kültürel kurallardır (Valsecchi ve ark., 2023). Bu normlar, toplumun her kesiminde kabul edilen ve erkeklerin sosyal hayatta yerine getirmeleri beklenen davranış biçimlerini içermektedir. Tam bu noktada, hegemonik erkeklik kavramı, erkeklik normlarının baskın ve egemen olan biçimini tanımlamaktadır (Connell ve Messerschmidt, 2005). Bu kavram, toplumsal erkekliğin “ideal” ve “yüceltilmiş” biçiminin hegemonik erkeklik olduğunu savunmaktadır. Bu erkeklik biçimi, güç, kontrol, duygusal mesafe, cinsellikte üstünlük gibi özelliklere dayalıdır ve tüm erkeklerin bu normları içselleştirmesi beklenmektedir. Ancak hegemonik erkeklik, sadece belirli bir erkeklik anlayışını yüceltmekle kalmamakta, aynı zamanda diğer erkeklik biçimlerini ve kadınlık biçimlerini de marjinalleştirmektedir. Dolayısıyla hegemonik erkeklik, toplumdaki iktidar ilişkilerini ve toplumsal eşitsizlikleri güçlendirmektedir. Erkeklik normları, erkeklerin toplumda güçlü, bağımsız, lider, duygusuz ve başarı odaklı olmaları gerektiğini dayatmaktadır. Bu normların dışına çıkan erkekler ise, toplumsal olarak "zayıf", "yetersiz" ya da "feminen" olarak etiketlenebilmektedir. Erkeklik normlarının bu kadar güçlü olması, erkeklerin duygusal ve psikolojik baskı hissetmelerine, toplumsal beklentilere uyum sağlamak adına içsel çatışmalar yaşamalarına neden olabilmektedir. Erkeklerin kendilerini bu baskılara göre şekillendirmeleri, erkeklik bunalımının temel kaynaklarından biri olabilmektedir.

### **Erkeklik Bunalımı Kavramı**

Erkeklik bunalımı (male malaise), erkeklerin toplumsal cinsiyet normlarına uymadıklarında yaşadıkları psikolojik, duygusal ve sosyal kriz durumunu tanımlamaktadır (Bauman, 2004). Bu kavram, genellikle erkeklerin toplumun onlara biçtiği güçlü, bağımsız, duygu dışı ve başarı odaklı rolleri yerine getirmekte zorlandığı, bu durumun bir tür krize dönüşmesiyle ilişkilidir. Erkeklik bunalımının, erkeklerin kendilerini bu toplumsal baskılara göre şekillendirememesi nedeniyle yaşadıkları içsel çatışmalar, tükenmişlik, depresyon, kimlik kaybı gibi psikolojik sorunlarla doğrudan bağlantılı olduğu söylenebilir.

Erkeklik bunalımının ortaya çıkışı, 20. yüzyılın ortalarına kadar uzanmaktadır (Mullen, 2013). Özellikle Batı toplumlarında, ekonomik krizler, savaşlar ve toplumsal değişimler erkeklerin rollerini sorgulamalarına yol açmıştır. 1970'ler ve 1980'ler, toplumsal cinsiyet eşitliği hareketlerinin yükseldiği yıllar olmuştur ve bu dönemde erkeklik anlayışının da değişmeye başladığı görülmüştür. Erkeklerin aile içindeki rollerinin değişmesi, kadınların iş gücüne katılımı ve

toplumsal cinsiyet normlarının sorgulanması, erkeklik bunalımının kavramsal olarak ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır.

Literatürde, erkeklik bunalımına dair farklı yaklaşımlar bulunmaktadır (Connell ve Messerschmidt, 2005; Faludi, 1999; Horrocks, 1994; Kimmel, 1994). Bazı araştırmalar, erkeklik bunalımının ekonomik faktörlerle, özellikle işsizlik ve ekonomik belirsizlikle bağlantılı olduğunu savunmaktadır. Diğer bir görüş, erkeklerin toplumda kendilerine biçilen başarı kriterlerine ulaşamadıklarında yaşadıkları psikolojik baskı ve stresin, erkeklik bunalımına yol açtığını belirtmektedir. Aynı zamanda, erkekler, duygusal anlamda kendilerini açmaktan kaçınmaya yönlendirilip, zayıf taraflarını göstermek yerine her zaman güçlü ve lider olmaları gerektiğine dair baskılar hissettiklerinde, bu durum duygusal uzaklaşmaya ve içsel çatışmaların artmasına yol açmaktadır. Erkeklik bunalımına yönelik yapılan bazı çalışmalar ise, bu durumu erkeklerin kimliklerinin krize girmesi olarak ele almakta, erkekler, hem toplumsal olarak “ideal” erkek rolüne uygun olma çabasıyla sıkışıp kalmakta hem de içsel olarak kimliklerini bulma konusunda zorluk yaşamaktadırlar.

### ***Erkeklik Bunalımının Toplumsal Kaynakları***

Erkeklik bunalımının toplumsal kaynakları, büyük ölçüde toplumsal yapılar aracılığıyla şekillenmektedir (Brittan, 1989; Connell, 2005; Er, 2023a; Hearn, 1999; Kilmartin, 2010; Kimmel, 2008). Toplum, bireylerin kimliklerini ve davranışlarını yönlendiren kurallar ve normlarla bireylerin yaşamını etkilemektedir. Aile, medya ve eğitim gibi toplumsal yapılar, erkeklerin toplumsal cinsiyet rollerini nasıl içselleştireceklerini ve erkekliklerini nasıl inşa edeceklerini belirleyen temel kaynaklardır.

Aile, bireylerin ilk toplumsal deneyimlerini kazandıkları yerdir ve bu anlamda erkeklik rollerinin öğretilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır (Roy ve Allen, 2022; Su, 2024). Geleneksel aile yapılarında, babalar genellikle otoriter figürler olarak yer alırken, anneler bakım ve duygusal destek sağlayan rollerle tanımlanmaktadır. Oğlan çocuklarına genellikle güçlü, duygusal olarak mesafeli ve lider olma gibi normlar öğretilmektedir. Bu normlar, çocukların erkeklik kavramını nasıl algılayacaklarını ve bu rollere ne kadar sadık kalacaklarını etkilemektedir. Ailedeki bu erken öğretim, erkeklerin toplumsal hayatlarına adım attıklarında bu normlara uymalarını bekleyen bir baskı oluşturmaktadır.

Medya, erkeklik normlarını pekiştiren bir diğer güçlü toplumsal yapıdır (Craig, 1992). Medyada, erkeklik genellikle güç, başarı, bağımsızlık, agresyon ve duygusal mesafe gibi temalarla temsil edilmektedir. Erkeklerin rol modelleri, televizyon dizilerinden reklamlara kadar çeşitli medya içeriklerinde sıklıkla hegemonik erkeklik figürleri olarak ortaya çıkmaktadır. Medyanın, erkeklere

hangi davranışların "doğru" ve "erkekçe" olduğunu dayatması, erkeklerin toplumsal rolleri içselleştirmelerine yol açmakta ve bu baskılar erkeklik bunalımını daha da derinleştirebilmektedir. Medyada sıkça karşılaşılan güçlü, duygusal olarak kapalı erkek karakterler, gerçek dünyadaki erkeklerin bu rollerle uyuşup uyuşamayacağı konusunda ciddi çatışmalar yaşamalarına yol açmaktadır.

Eğitim, erkeklerin toplumsal cinsiyet rollerini öğrenip içselleştirdikleri bir diğer önemli yapıdır (Er, 2023b; Swain, 2005; Woodin ve Burke, 2007). Okullarda ve üniversitelerde erkekler, toplumsal cinsiyet eşitliği konularında çeşitli dersler ve eğitimlerle daha fazla farkındalık kazanabilirler. Ancak, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üreten, erkeklerin güçlü ve lider olmalarını öğütleyen ders içerikleri veya eğitim sistemleri de mevcut olabilir. Bu tür eğitimler, erkeklerin toplumsal beklentilere uymakta zorlanmalarına, hatta psikolojik ve duygusal açıdan baskı altında hissetmelerine neden olabilir.

Erkeklik bunalımının toplumsal kaynakları arasında ekonomik dinamikler de önemli bir yer tutmaktadır (Aavik ve ark., 2020; Collinson ve Hearn, 2005). İşsizlik ve ekonomik belirsizlik, erkeklik bunalımını tetikleyen önemli faktörlerdir. Geleneksel erkeklik anlayışı, erkeklerin ekonomik sağlayıcı olarak görev almasını beklemektedir. Bu durum, erkeklerin ekonomik başarılarıyla kimliklerini tanımlamalarına yol açmaktadır. Ancak işsizlik, düşük gelirli işlerde çalışma veya ekonomik belirsizlik gibi faktörler, erkeklerin bu normları yerine getirmelerini zorlaştırmaktadır. Ekonomik krizler, erkeklerin güçsüzlük, yetersizlik ve başarısızlık gibi duygularla yüzleşmesine neden olabilir. Bu da erkeklik bunalımını derinleştirebilir, çünkü erkekler, toplumsal olarak kendilerinden beklenen rolü yerine getiremediklerini hissedebilirler.

Küreselleşme süreci, iş dünyasındaki değişiklikler, üretim biçimlerinin dönüşümü ve kapitalist sistemin baskıları, erkeklerin rollerini daha da karmaşık hale getirmiştir (Elias ve Beasley, 2009; Kenway ve ark., 2006). Geleneksel iş alanlarının ortadan kalkması, kadınların iş gücüne katılımının artması ve ekonomik gücün daha fazla kadına kayması, erkeklerin toplumsal cinsiyet normlarına uyum sağlamakta zorlanmalarına yol açmıştır. Küreselleşme ile birlikte erkeklerin ekonomik anlamda güç kaybı yaşaması, toplumsal erkeklik anlayışını tehdit etmekte ve bunalımı daha da derinleştirmektedir. Erkekler, sadece bireysel değil, toplumsal düzeyde de büyük bir belirsizlikle karşı karşıya kalmaktadırlar.

### ***Erkeklik Bunalımının Bireyler Üzerindeki Psikolojik ve Sosyal Etkileri***

Erkeklik bunalımının psikolojik ve sosyal etkileri, bireylerin hem içsel dünyalarını hem de toplumsal ilişkilerini derinden etkileme potansiyeline sahiptir. Erkekler, toplumsal cinsiyet normlarına uymadıklarında kendilerini değersiz,

zayıf ve başarısız hissedebilirler (Kantar ve Yalçın, 2023). Bu duygular, depresyon, kaygı bozuklukları ve tükenmişlik gibi psikolojik rahatsızlıklara yol açabilir (Clearly, 2012; Mahalik ve ark., 2007; Özcan ve Ünsal, 2017). Erkeklik normlarına uymak için sürekli olarak baskı altında olmak, duygusal mesafe kurmak ve içsel çatışmalar yaşamak, psikolojik sağlığı olumsuz yönde etkileyebilir.

Toplumsal olarak erkeklerin genellikle "duygusuz" olmaları beklenmektedir (Seidler, 2006). Bu, erkeklerin duygusal açıdan kendilerini ifade etmelerini zorlaştırmakta ve duygu yönetimi konusunda sorunlar yaşamalarına neden olabilmektedir. Erkekler, duygusal ve psikolojik destek arayışına girdiklerinde, toplumsal damgalamalar ve erkeklik normları nedeniyle bu ihtiyaçlarını açıkça ifade etmekte zorlanabilirler. Bu, erkeklerin yalnızlaşmalarına ve yalnızlık hissinin, erkeklik bunalımını daha da derinleştirmelerine neden olabilir.

Kolektif deneyimler de erkeklik bunalımını etkileyen önemli bir faktördür. Erkekler, toplum içinde kendilerine biçilen erkeklik rollerini yerine getiremediklerinde, toplumsal dışlanma ve ayrımcılıkla karşılaşabilirler (Elliot, 2016). Erkeklik normlarına uymayan bireyler, bazen hem cinsleri tarafından dışlanabilir veya aşağılanabilir. Bu tür deneyimler, erkeklerin kimliklerini sorgulamalarına, toplumsal bağlarını zayıflatmalarına ve sosyal ilişkilerdeki güven duygularını kaybetmelerine yol açabilir. Erkekler, toplumsal baskılara uyum sağlama çabasıyla bu tür dışlanmaları içselleştirebilirler ve bunun sonucunda sosyal izolasyon, stres ve yalnızlık gibi olgular artabilir.

Bireysel ve kolektif deneyimler, erkeklerin yaşadıkları bunalım sürecini daha da karmaşık hale getirebilmektedir. Erkekler hem toplumsal normlarla hem de içsel çatışmalarla başa çıkmaya çalışırken, psikolojik ve duygusal açıdan zorlayıcı bir süreçten geçebilirler (Philaretou ve Allen, 2001). Erkeklik bunalımı, sadece bireysel düzeyde değil, toplumsal düzeyde de erkeklerin kimlikleri ve yaşam biçimleri üzerine önemli etkiler yaratabilmektedir.

Erkeklik bunalımının günümüzdeki yansımaları ise erkeklerin toplumsal cinsiyet rollerine dair yaşadıkları çatışmaları, beklentileri karşılayamama korkusunu ve kendilerini ifade etme biçimlerini göstermektedir. Erkeklik bunalımının güncel görünümüleri hem davranışsal hem de sözel düzeyde çeşitli şekillerde ortaya çıkabilir. Erkeklik normları, erkeklerin güçlü, sağlıklı, bağımsız ve ekonomik olarak başarılı olmalarını beklemektedir (Levant ve Richmond, 2007). Bu baskı altında, bazı erkekler sürekli olarak aşırı çalışarak "başarı" peşinden koşabilmektedir. Bu davranış, bireyin hem fiziksel hem de psikolojik sağlığını tehdit edebilir ve tükenmişlik sendromu gibi sorunlara yol açabilir. Erkeklerin duygusal baskılarla baş etme biçimlerinden biri, alkol ve madde kullanımına yönelebilmeleridir (Peralta, 2008). Erkekler, duygusal zorluklarını

paylaşamadıklarında ve sosyal normlarla uyumsuz olduklarını hissettiklerinde, bu tür davranışlara başvurabilirler. Toplumsal cinsiyet normları erkekleri "güçlü" ve "sert" olmaya teşvik etmektedir. Bu, bazı erkeklerde agresyon ve şiddet eğilimlerini artırabilir. Özellikle duygusal zayıflık ya da başarısızlık hisleri, erkeklerde içsel bir öfkeye yol açabilir ve bu öfke dışa vurulabilir. Erkekler, toplumda güçlü ve duygusal olarak mesafeli olma normlarına uymak için duygusal ihtiyaçlarını bastırabilirler. Bu durum, erkeklerin yakın ilişkilerde duygusal olarak geri çekilmelerine, izolasyon yaşamalarına ve yalnızlık hissetmelerine neden olabilir. Erkeklerin başarıyı simgeleyen markalar, pahalı araçlar ve kıyafetler gibi dışsal göstergelere fazla önem vermesi, içsel boşluğu doldurmaya yönelik bir davranış olabilir. Bu davranış, ekonomik belirsizlik ve işsizlik gibi durumlarla birleşince erkeklik bunalımının bir yansıması olarak görülebilir.

Erkekler, toplumsal normlar gereği duygusal zayıflıklarını gösteren kelimeler kullanmaktan kaçınabilirler (Vogel ve ark., 2011). Örneğin, "zayıf olamam", "ağlamamalıyım" gibi ifadeler, erkeklerin duygusal olarak kendilerini ifade etmelerinin engellendiğini göstermektedir. Bu durum, duygusal baskıların sözel ifadeye dökülmeden içe atılmasına yol açmaktadır. Erkekler arasında yaygın olabilen "gerçek erkek" söylemleri, genellikle başarı, güç ve zenginlik odaklıdır. Bu tür söylemler, erkeklerin hem kendilerini hem de başkalarını toplumsal normlar üzerinden yargılamasına neden olmaktadır. "Gerçek erkek para kazanır", "başarısızsan erkekliğini kaybedersin" gibi ifadeler, erkeklik bunalımının toplumsal baskılarla şekillendiğini göstermektedir. Erkeklik bunalımını yaşayan bazı erkekler, cinsiyetçi söylemlerle kadınları ve diğer cinsiyet kimliklerini küçümsemeye veya onları hedef almaya yönelebilir. "Gerçek erkekler, kadınlar gibi asla duygusal değildir" şeklinde bir söylem, erkeklik bunalımının cinsiyetler arası ayrımcılığı besleyerek ortaya çıktığını göstermektedir.

Erkekler, erkekliklerinin sorgulandığını hissettiklerinde, savunmacı bir tavır sergileyebilirler (O'Neil, 2008). "Benim gibi erkek görmediniz", "Sen ne anlarsın, ben erkek olduğum için...", "Bunu yapamam çünkü ben bir erkeğim" gibi ifadeler, erkeklerin toplumsal olarak kendilerini savunma biçimlerini ve dışarıdan gelen baskılara nasıl tepki verdiklerini göstermektedir.

Erkekler, duygusal zorluklarını arkadaşlarıyla ya da aileleriyle paylaşmaktan kaçınabilirler. "Benim bir derdim yok", "Bana bir şey olamaz", "Bunu kimseye söyleme" gibi söylemler, erkeklerin duygusal olarak yalnız kalmalarına yol açabilir. Aile içindeki baba-çocuk ilişkilerinde de babaların duygusal anlamda açıklık sağlamaması, "erkekler duygusal olmamalıdır" gibi kalıp söylemlerle pekişebilmektedir.

Erkeklerin duygusal zayıflıklarını saklamaya çalıştıkları, "Erkekler ağlamaz" veya "Zayıf olamam" gibi söylemler, duygusal ifadelerin bastırılmasına ve içsel çatışmaların artmasına neden olmaktadır. Heteronormatif erkeklik normlarının etkisiyle, "Gerçek erkek eşcinsel olmaz" ya da "Trans bireyleri anlamıyorum, erkek dediğin erkek gibi olmalı" gibi homofobik ve transfobik ifadeler yaygınlaşırken, bu söylemler farklı cinsiyet kimliklerine ve cinsel yönelimlere yönelik ayrımcılığı körüklemektedir. Kadınları küçümseyen "Kadın gibi davranma, erkek ol!" ya da "Kadınlar haddini bilmeli" gibi ifadeler, erkeklik bunalımının güç ve otorite arzusuyla birleşerek cinsiyetler arası eşitsizliği pekiştirdiğini göstermektedir. Aynı zamanda, erkeklerin ekonomik ve sosyal statülerini sorgulatan, "Gerçek erkek para kazanır" veya "Arabası olmayan adam mı olur?" gibi ifadeler, erkekliğin başarı ve statü odaklı bir kimliğe dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Erkeklerin fiziksel güç veya cinsel performans üzerinden kendilerini kanıtlama çabaları ise, "Erkek adam güçlü olur" veya "Gerçek erkekler kadın peşinde koşar" gibi söylemlerle ifade edilerek, bunalımın bireysel düzeyde derinleşmesine neden olmaktadır. Tüm bu söylemler, erkeklerin toplumsal normlarla uyum sağlamaya çalışırken hem kendilerini hem de başkalarını yargılayan bir tutuma sürüklenmelerine ve bu süreçte psikolojik, sosyal ve duygusal anlamda izole olmalarına yol açmaktadır. Erkeklik bunalımı, bireylerin içsel çatışmalarını artırırken, toplumsal ayrımcılığı ve cinsiyet eşitsizliğini yeniden üretmektedir.

Erkeklik bunalımının gizli ve mikrosaldırganlık şeklinde ortaya çıkan davranış ve söylemleri, toplumsal normlara uygun olmayan bireyleri küçük düşürme, dışlama veya pasif bir şekilde baskılamaya yönelik olabilir (Kara ve Er, 2024). Erkeklik bunalımı, toplumsal cinsiyet normlarının dolaylı biçimlerde dayatıldığı mikro saldırganlıklarla derinleşmekte ve bireylerin kendilerini sürekli olarak toplumsal beklentilere göre şekillendirmesine neden olmaktadır. Alaycı veya küçümseyici ifadelerle, örneğin "Bir erkek olarak bunu mu seçtin?" ya da "O renk sana fazla feminen olmamış mı?" gibi söylemlerle, erkeklerin meslek seçimleri, giyim tarzları veya duygusal ifadeleri sorgulanırken, bu normlara uymayan davranışlar alay konusu yapılmaktadır. Duygusal ifadeler ise "Ağlamadın değil mi?" ya da "Çok hassassın, biraz erkek ol" gibi sözlerle küçümsemekte, erkeklerin duygusal açıklık göstermeleri engellenmektedir. Aynı zamanda, "Sporla biraz ilgilen, kendini toparlarsın" gibi ifadeler, fiziksel güç ve sporla ilgilenmeyi "erkekliğin" bir standardı olarak dayatarak, bireylerin bu normlara uyum sağlamasını teşvik etmektedir. Erkeklerin yer aldığı gruplarda duygusal konuşmaların görmezden gelinmesi veya konunun değiştirilmeye çalışılması gibi pasif dışlama yöntemleri, bu baskıyı pekiştirmektedir. Farklı cinsiyet kimlikleri veya normlara uymayan bireyler, "O bizim grubun havasını

bozuyor" gibi ifadelerle sosyal etkinliklerden dışlanırken, heteronormatif baskılar da erkeklik bunalımını desteklemektedir. Örneğin, "Bu kadar iyi giyinmek biraz fazla dikkat çekici olmuyor mu?" gibi ifadeler, bireylerin kişisel tercihlerini kısıtlamaya yöneliktir. İş ortamında ise eşitlikçi davranışların veya demokratik liderlik anlayışlarının "zayıflık" olarak görülmesi, erkeklerin güç ve otorite normlarına sıkışmasına neden olmaktadır. Bu mikrosaldırılar, bireylerin toplumsal beklentilere uyum sağlamaya zorlandığı bir döngü yaratarak, erkeklik bunalımını hem bireysel hem de kolektif düzeyde beslemektedir. Bu tür gizli saldırılar, doğrudan olmasa da erkeklik normlarına uymayan bireyler üzerinde sürekli bir baskı yaratabilir. Mikrosaldırılanlıklar, bireylerin toplumsal normlara uygun olmayan yönlerini gizlemelerine, kendi kimliklerinden uzaklaşmalarına veya içsel çatışmalar yaşamalarına yol açabilir. Ayrıca, bu tür davranışlar toplumsal cinsiyet eşitliği çabalarını zayıflatarak, erkeklik bunalımının yeniden üretilmesine katkıda bulunabilir.

Erkeklik bunalımının güncel görünümüleri, erkeklerin toplumsal rollerle çatışmaları sonucu ortaya çıkan psikolojik ve sosyal yansımalarıdır. Toplumda erkeklerden beklentiler, zaman zaman hem erkeklerin kendilerini ifade etmelerini zorlaştırabilmekte, hem de onların içsel dünyalarında bir boşluk yaratabilmektedir. Bu boşluk, bazen alkol, şiddet, aşırı tüketim gibi olumsuz davranışlarla dışa vurulabilirken, bazen de duygusal mesafe ve izolasyon şeklinde kendini gösterebilir. Sözel olarak da erkeklik bunalımı, toplumsal cinsiyet normlarının erkeklerin kendilerini nasıl gördüklerini ve çevreleriyle nasıl iletişim kurduklarını şekillendiren bir etki yaratabilir. Erkekler, bu baskılar altında, genellikle kendilerini ifade etmekte zorlanabilir ve toplumsal normlara uymadıkları için duygusal olarak zor bir süreç yaşayabilirler.

### **Erkeklik Bunalımına Yönelik Çözüm Yolları**

Erkeklik bunalımına dair sorunların çözülmesi, toplumsal yapılar, bireysel destek sistemleri ve sosyal politikaların entegre bir şekilde ele alınmasını gerektirmektedir. Bu sorunun çözümü yalnızca erkeklerin yaşadığı duygusal ve psikolojik baskıları ele almakla kalmamakta, aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik eden uzun vadeli yapısal değişikliklere de işaret etmektedir. Aşağıda, erkeklik bunalımına yönelik çözüm yolları kapsamında toplumsal farkındalık, psikososyal destek ve politikalar ile stratejiler üzerinde durulmuştur.

### ***Toplumsal Farkındalık ve Eğitim***

Erkeklik bunalımının temelinde yatan en büyük faktörlerden biri, toplumsal cinsiyet normlarıdır. Erkeklerle yönelik bu normlar hem erkeklerin kendilerini hem de başkalarını nasıl görmeleri gerektiği konusunda güçlü bir baskı

oluşturmaktadır. Toplumsal farkındalık ve eğitim, erkeklik bunalımını azaltmak ve erkeklerin toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklanan baskılardan kurtulmalarına yardımcı olmak için önemli bir çözüm yoludur. Eğitim programlarının, toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik eden içeriklerle zenginleştirilmesi önemli bir adımdır. Bu programlar, okulda, iş yerlerinde ve toplumda erkeklere toplumsal cinsiyetin tüm cinsiyet kimliklerini etkileyen bir kavram olduğunu öğretmeyi amaçlamalıdır. Erkekler, kendilerine dayatılan "güçlü olma", "duygusal olmama", "sadece mantıklı olma" gibi toplumsal cinsiyet normlarının aslında onlara zarar verdiğini anlayabilmelidir. Medya, toplumsal cinsiyet normlarının şekillendirilmesinde güçlü bir araçtır. Medya içerikleri, erkeklik algısını yeniden biçimlendirebilir. Erkeklerin duygusal ve psikolojik zorlukları dile getirmeleri ve kırılganlıklarını kabul etmeleri, medya aracılığıyla normalleştirilebilir. Televizyon dizileri, filmler, sosyal medya platformları gibi alanlarda erkeklerin daha çeşitli ve daha insan odaklı karakterlerle temsil edilmesi, erkeklerin kendi duygusal dünyalarına ilişkin farkındalıklarını artırabilir. Okullarda ve ailelerde erkeklere, eşitlikçi ve duyarlı bir ebeveynlik modeli sunulmalıdır. Eğitimde, babaların çocuk bakımında aktif rol oynamaları teşvik edilmeli ve bu modelin toplumsal olarak değerli olduğu vurgulanmalıdır. Erkeklerin, aile içindeki eşit paylaşımları destekleyen roller üstlenmesi, geleneksel erkeklik normlarından uzaklaşmalarına ve kendilerini daha rahat ifade etmelerine olanak sağlayabilir.

### ***Psiko-sosyal Destek***

Erkeklik bunalımını yaşayan erkeklerin, toplumsal normlar yüzünden duygusal ve psikolojik destek almakta zorluk çekmeleri yaygındır. Ancak, erkeklerin duygusal gereksinimlerini karşılayabilecek psiko-sosyal destek sistemleri, erkeklerin kendi kimliklerini yeniden yapılandırmalarına yardımcı olabilir. Erkeklere özel terapi programları, onların duygusal olarak savunmasız hissettikleri konularda destek alabilecekleri alanlar sunabilir. Erkeklerin, kendi duygusal zorluklarını paylaşma cesaretini bulabilmeleri için terapistler, duygu odaklı bir yaklaşım benimsemeli ve duygusal ifade gerekliliğini vurgulamalıdır. Ayrıca, erkeklerin terapiye katılımını teşvik etmek için kültürel bariyerler aşılmalıdır. Örneğin, “erkeklerin terapiye gitmesi gereksizdir” gibi kalıp düşüncelerle mücadele edilmelidir. Erkeklere yönelik psiko-sosyal destek grupları, birbirlerine destek olabilecekleri güvenli alanlar sunabilir. Bu gruplar, erkeklerin kendilerini ifade etmelerini, diğer erkeklerin de benzer deneyimlere sahip olduğunu görmelerini sağlayabilir. Destek gruplarının, erkeklerin duygusal olarak daha sağlıklı ve bilinçli bir şekilde toplumda yer edinmelerine yardımcı olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca, grup terapisi ortamlarında erkekler, toplumun

kendilerine yüklediği baskıları daha net bir şekilde tanımlayıp, bu baskılara karşı daha sağlıklı başa çıkma stratejileri geliştirebilirler. Erkeklerin duygusal okuryazarlık seviyelerinin artırılması, duygu ve düşüncelerini ifade etme yetilerini geliştirebilir. Bu duygusal okuryazarlık eğitimi, erkeklerin kendi duygusal tepkilerini anlamalarına ve toplumsal normlara karşı daha sağlıklı bir şekilde karşı durmalarına olanak tanıyabilir. Duygusal okuryazarlık çalışmaları, erkeklerin duygusal zekalarını geliştirmelerini sağlayabilir, bu da onların hem kişisel hem de toplumsal ilişkilerinde daha sağlıklı bir denge kurmalarına yardımcı olabilir.

### ***Politikalar ve Stratejiler***

Erkeklik bunalımının üstesinden gelmek için toplumsal farkındalık ve psiko-sosyal destek önlemleri tek başına yeterli olmayabilir. Etkili bir çözüm için devletin, yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliği içinde sosyal politikalar geliştirmesi gereklidir. Politikaların ve stratejilerin, erkeklik bunalımını hafifletmeye yönelik olması, erkeklerin toplumda daha sağlıklı bir şekilde var olmalarını sağlayacaktır. Erkeklere yönelik toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik eden politikalar geliştirilmelidir. Çalışma hayatında, aile içi rollerde ve toplumsal yaşamda erkeklerin de eşit bir şekilde yer alması gerektiği vurgulanmalıdır. Bu politikalar, erkeklerin sadece geleneksel başarı ve güç kavramları etrafında şekillenen rollerden kurtulmalarına ve daha eşitlikçi bir toplumda var olmalarına olanak tanıyabilir. İş yerinde erkeklere yönelik esnek çalışma politikaları geliştirilmesi, erkeklerin aile içindeki rollerine daha aktif bir şekilde katılmalarını teşvik edebilir. Erkeklerin çocuk bakımına ve ev işlerine daha fazla katılmasını sağlayacak politikalar, erkeklik normlarını aşmanın önemli adımlarından biridir. Erkeklerin, duygusal ya da psikolojik zorluklar yaşadıklarında başvurabilecekleri acil müdahale hizmetlerinin sağlanması önemlidir. Bu tür hizmetler, erkeklerin yaşadıkları travmalarla başa çıkabilmelerini, bu süreçleri daha sağlıklı bir biçimde atlatabilmelerini sağlayacaktır. Ayrıca, intihar riski taşıyan erkekler için psikolojik destek hatları ve acil müdahale merkezleri oluşturulmalıdır. Ekonomik belirsizliğin erkeklik bunalımına katkıda bulunduğu göz önünde bulundurularak, işsizlik sigortası, geçici işsizlik ödemeleri ve düşük gelirli erkekler için ek destekler sağlanmalıdır. Erkeklerin ekonomik baskılardan ötürü yaşadıkları stresin azaltılması, erkeklik bunalımını hafifletecek önemli adımlardan biridir.

Sonuç olarak, erkeklik bunalımına yönelik çözüm yolları, toplumsal cinsiyet eşitliği ve psikososyal destek ile başlayıp, sosyal politikaların ve stratejilerin etkin bir şekilde uygulamaya konulmasıyla tamamlanmalıdır. Erkeklerin toplumsal baskılarla sağlıklı bir şekilde başa çıkabilmeleri için, toplum genelinde

bir değişim ve dönüşüm sürecine ihtiyaç vardır. Bu çözümler, erkeklerin toplumsal rollerini yeniden şekillendirmeleri ve kendilerini daha sağlıklı bir biçimde ifade etmeleri için önemli fırsatlar sunmaktadır.

### **Sonuç**

Erkeklik bunalımı, erkeklerin toplumsal cinsiyet normlarıyla uyumsuzluk yaşadığı, duygusal ve psikolojik açıdan derin etkiler yaratan bir durumdur. Bu çalışma, erkeklik bunalımının toplumsal cinsiyet rolleriyle nasıl iç içe geçtiğini, bu normların erkekler üzerinde yarattığı baskıları ve bunalımın bireysel ve toplumsal etkilerini ele almayı amaçlamıştır. Ayrıca, bu sorunun çözülmesine yönelik toplumsal farkındalık, psiko-sosyal destek ve sosyal politikalar gibi çeşitli çözüm yollarını tartışmıştır.

Erkeklik bunalımının ortaya çıkışında, toplumsal yapıların, özellikle aile, medya ve eğitim sistemlerinin, erkeklere yönelik geleneksel cinsiyet normlarını nasıl şekillendirdiği önemli bir rol oynamaktadır. Erkekler, güçlü olma, duygusal zorlukları gizleme ve yalnızca mantıklı düşünme gibi baskılarla karşı karşıyadır. Bu baskılar, erkeklerin duygusal dünyalarını bastırmalarına ve dolayısıyla psikolojik ve sosyal zorluklarla başa çıkmada zorlanmalarına neden olmaktadır. Erkeklik bunalımı, ekonomik belirsizlik, işsizlik ve toplumsal değişim gibi dışsal faktörlerle daha da derinleşebilir, bu durum erkeklerin hem kişisel hem de toplumsal yaşamlarında olumsuz sonuçlar doğurabilir.

Bu çalışma, erkeklik bunalımının günümüzdeki farklı görünümüne, örneğin, agresif davranışlar, içe kapanma, duygusal ifadenin kısıtlanması ve diğer sağlık sorunlarıyla olan ilişkisine de ışık tutmuştur. Erkeklerin yaşadıkları bu bunalımların, toplumsal beklentilerle uyumsuzluk yaşadıkları noktada belirginleştiği görülmektedir. Duygusal savunmasızlık, toplumsal normlarla çatışan bir deneyim olarak erkeklik bunalımının temel dinamiklerinden biridir. Bu çalışmada ayrıca, erkeklik bunalımına yönelik çözüm yollarına da dikkat çekilmiştir. Toplumsal farkındalık yaratmak, erkeklerin toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik anlayışlarını güçlendirmek ve onlara duygusal okuryazarlık kazandırmak, erkeklerin bunalımını hafifletebilir. Medya, eğitim ve sosyal hizmetler aracılığıyla bu tür eğitimlerin yaygınlaştırılması, erkeklerin duygusal ifadeleriyle barışmalarına ve kendilerini daha sağlıklı bir biçimde ifade etmelerine olanak sağlayacaktır. Ayrıca, erkeklere yönelik terapi, danışmanlık ve destek grupları gibi psiko-sosyal destek hizmetlerinin artırılması, erkeklerin yaşadıkları zorlukları başkalarıyla paylaşmalarına ve psikolojik olarak güçlenmelerine yardımcı olacaktır. Politikalara yönelik öneriler ise erkeklerin toplumsal rollerini yeniden şekillendirecek yapısal değişiklikleri içermektedir. Erkeklere yönelik toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları geliştirmek, ekonomik

belirsizliklerle başa çıkma stratejileri oluşturmak ve erkeklerin ebeveynlikte daha aktif rol almalarını teşvik etmek, erkeklik bunalımını hafifletebilir. Erkeklerin toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklanan baskıları aşmalarını destekleyecek sosyal politikaların oluşturulması hem erkeklerin hem de toplumun genel refahı açısından kritik bir öneme sahiptir.

Sonuç olarak, erkeklik bunalımı yalnızca bireysel bir sorun değil, toplumsal bir mesele olarak ele alınmalıdır. Erkeklerin yaşadıkları bunalımların önüne geçmek, toplumsal cinsiyet normlarının değişmesiyle mümkün olacaktır. Bu bağlamda hem bireysel hem de toplumsal düzeyde atılacak adımlar, erkeklerin daha sağlıklı ve mutlu bir yaşam sürmelerine olanak tanıyacak, toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamada önemli bir rol oynayacaktır. Erkeklik bunalımına dair farkındalığın artırılması ve çözüm yollarının etkin bir şekilde uygulanması, toplumsal değişimin önünü açacak, daha eşitlikçi bir toplumun inşasına katkı sağlayacaktır.

## Kaynakça

- Aavik, K., Bland, C., Hoegaerts, J., & Salminen, J. (2020). *Men, masculinities and the modern career: Contemporary and historical perspectives*. Walter de Gruyter GmbH. <https://doi.org/10.1515/9783110651874>
- Addis, M. E., & Mahalik, J. R. (2003). Men, masculinity, and the contexts of help seeking. *American Psychologist*, 58(1), 5–14. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.58.1.5>
- Ashe, F. (2007). *The new politics of masculinity: Men, power and resistance*. Routledge.
- Bauman, A. H. (2004). *The male malaise: Paralysis and masculinity in literature, 1880-1914* (Doctoral dissertation). The University of Tulsa, Graduate School.
- Balbus, I. D. (2002). Masculinity and the (M)other: Toward a synthesis of feminist mothering theory and psychoanalytic theories of narcissism. In K. J. Gardiner (Ed.), *Masculinity studies & feminist theories* (pp. 210-234). Columbia University Press.
- Blackstone, A. (2003). Gender roles and society. In J. R. Miller, R. M. Lerner, & L. B. Schiamberg (Eds.), *Human ecology: An encyclopedia of children, families, communities, and environments* (pp. 335–338). ABC-CLIO.
- Brittan, A. (1989). *Masculinity and power*. Basil Blackwell.
- Cleary, A. (2012). Suicidal action, emotional expression, and the performance of masculinities. *Social Science & Medicine* (1982), 74(4), 498–505. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2011.08.002>
- Collinson, D., & Hearn, J. (2005). Men and masculinities in work, organizations, and management. In *Handbook of studies on men & masculinities* (pp. 289-310). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452233833>
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities*. University of California Press.
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19, 829–859. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Craig, S. (1992). *Men, masculinity and the media* (Vol. 2). SAGE Publications.
- Elias, J., & Beasley, C. (2009). Hegemonic masculinity and globalization: ‘Transnational business masculinities’ and beyond. *Globalizations*, 6(2), 281–296. <https://doi.org/10.1080/14747730902854232>
- Elliott, K. (2016). Caring masculinities: Theorizing an emerging concept. *Men and Masculinities*, 19(3), 240–259. <https://doi.org/10.1177/1097184X15576203>

- Er, F. (2023a). Students' perceptions of gender and tendency of oppositional defiant disorder. *International Social Sciences Studies Journal*, 9(115), 8233-8238. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/sssj.71972>
- Er, F. (2023b). Feminist Perspektiften DSM-5 Sınıflandırmalarına Yönelik Bir Değerlendirme. *Sosyal, insan ve idari bilimlerde güncel yaklaşımlar-2* içinde (ss. 91-106). Duvar Yayınevi.
- Faludi, S. (1999). *Stiffed: The betrayal of the American man*. William Morrow and Company.
- Hearn, J. (1999). A crisis in masculinity, or new agendas for men? In S. Walby (Ed.), *New agendas for women* (pp. 147-163). Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9780333982969\\_9](https://doi.org/10.1057/9780333982969_9)
- Horrocks, R. (1994). *Masculinity in crisis: Myths, fantasies and realities* (J. Campling, Ed.). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230372801>
- Javanmard, R. (2024). *The representation of masculinity in Julian Barnes' Arthur & George, The Noise of Time and The Man in the Red Coat* [Doctoral dissertation, Middle East Technical University]. Middle East Technical University Graduate School of Social Sciences.
- Kantar, A., & Yalçın, İ. (2023). Masculinity and seeking psychological help: A review based on social identity theory. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar - Current Approaches in Psychiatry*, 15(4), 677–686. <https://doi.org/10.18863/pgy.1227948>
- Kara, Y., & Er, F. (2024). Microaggressions as a subtle bullying: A review from social work perspective. In *New Visions in Social Sciences: Concepts - Theories - Applications* (pp. 49-70). Duvar Publishing.
- Kenway, J., Kraack, A., & Hickey-Moody, A. (2006). Globalization, place and masculinities. In *Masculinity beyond the metropolis* (pp. 21–41). Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9780230625785\\_2](https://doi.org/10.1057/9780230625785_2)
- Kilmartin, C. (2010). *The masculine self* (3rd ed.). McGraw-Hill Education.
- Kimmel, M. S. (2008). *Guyland: The perilous world where boys become men*. HarperCollins.
- Kimmel, M. S. (1994). Masculinity as homophobia: Fear, shame, and silence in the construction of gender identity. In H. Brod & M. Kaufman (Eds.), *Theorizing masculinities* (pp. 119-141). SAGE Publications.
- Levant, R. F., & Richmond, K. (2007). A review of research on masculinity ideologies using the Male Role Norms Inventory. *The Journal of Men's Studies*, 15(2), 130–146. <https://doi.org/10.3149/jms.1502.130>
- Mahalik, J. R., Burns, S. M., & Syzdek, M. (2007). Masculinity and perceived normative health behaviors as predictors of men's health behaviors. *Social*

- Science & Medicine* (1982), 64(11), 2201–2209.  
<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2007.02.035>
- Mullen, E. (2013). *Malaise masculin, grotesque et adaptation filmique dans le cinéma américain des années soixante-dix* [Doctoral dissertation, Université de Bretagne Occidentale - Brest]. HAL Archives Ouvertes.
- O'Neil, J. M. (2008). Summarizing 25 years of research on men's gender role conflict using the Gender Role Conflict Scale: New research paradigms and clinical implications. *The Counseling Psychologist*, 36(3), 358–445. <https://doi.org/10.1177/0011000008317057>
- Oakley, A. (1972). *Sex, gender, and society*. New York: Harper and Row.
- Özcan, B. E., & Ünsal, G. (2017). Burden of care in family caregivers of patients with obsessive compulsive disorder and psychoeducation. *Journal of Academic Research in Nursing*, 3(0), 51-56. doi:10.5222/jaren.2017.1010.
- Peralta, R. L. (2008). "Alcohol allows you to not be yourself": Toward a structured understanding of alcohol use and gender difference among college students. *Sex Roles*, 58(9-10), 628-639.
- Philaretou, A. G., & Allen, K. R. (2001). Reconstructing masculinity and sexuality. *The Journal of Men's Studies*, 9(3), 301-321. <https://doi.org/10.3149/jms.0903.301>
- Roy, K. M., & Allen, S. H. (2022). Men, families, and the reconceptualization of masculinities. *Journal of Family Theory & Review*, 14(1), 28–43. <https://doi.org/10.1111/jftr.12441>
- Seidler, V. J. (2006). *Transforming masculinities: Men, cultures, bodies, power, sex and love*. Routledge.
- Seidler, Z. E., Dawes, A. J., Rice, S. M., Oliffe, J. L., & Dhillon, H. M. (2016). The role of masculinity in men's help-seeking for depression: A systematic review. *Clinical Psychology Review*, 49, 106–118. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2016.09.002>
- Su, P. N. (2024). Striving to be men in the family: Masculinity and capitalist transformation in Vietnam. *Men and Masculinities*, 27(1), 3-22. <https://doi.org/10.1177/1097184X231211594>
- Swain, J. (2005). Masculinities in education. In *Handbook of Studies on Men & Masculinities* (pp. 213-229). SAGE Publications.
- Valsecchi, G., Iacoviello, V., Berent, J., Borinca, I., & Falomir-Pichastor, J. M. (2023). Men's gender norms and gender-hierarchy-legitimizing ideologies: The effect of priming traditional masculinity versus a feminization of men's norms. *Gender Issues*, 40(2), 145–167. <https://doi.org/10.1007/s12147-022-09308-8>

- Vogel, D. L., Heimerdinger-Edwards, S. R., Hammer, J. H., & Hubbard, A. (2011). "Boys don't cry": examination of the links between endorsement of masculine norms, self-stigma, and help-seeking attitudes for men from diverse backgrounds. *Journal of Counseling Psychology*, 58(3), 368–382. <https://doi.org/10.1037/a0023688>
- Woodin, T., & Burke, P. J. (2007). Men accessing education: Masculinities, class and choice. *Australian Educational Researcher*, 34(2), 119–134. <https://doi.org/10.1007/BF03216869>

# Bölüm 18

## Monsieur D'Aramon Seyahatnamesi'nde Kanuni Sultan Süleyman Dönemi İstanbul'u

Ahmet ÖZKAN<sup>1\*</sup>

### Gözlemin ve Temsilin Metinsel Alanı Olarak Seyahatnameler

Bir yazın türü olarak seyahatname ilk çağlardan itibaren insanların yolculuk sırasında ve vardıkları yerlerde yaptıkları gözlemleri çeşitli aktarma gerekçeleriyle kaleme aldıkları gezi yazılarıdır. Seyahatnamelere atfedilen “tarihsel belge” niteliği her ne kadar bu metinlere “tarihsel bir gerçekliğe sahip olma” gibi bir sorumluluk yüklese de, seyahatnameler üzerine yürütülen akademik çalışmalar metinde yer alan tarihsel gerçeklerin nasıl manipüle edilip yeniden oluşturulduğunu, yazarın, bu durumda seyyahın seyahat motivasyonuna, dolayısıyla seyahatnamenin yazılma nedenlerine değinerek, bu tarihsel gerçekliğe uygunluk misyonunu sorgulamıştır. Bu bağlamda seyahatnamelerin kısmen tarihsel bir belge niteliğinde kısmen kurgusal eserler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu sebeple seyahatname, hangi sebeple olursa olsun, sadece seyyahın bir rota boyunca ilerlemesinin veya bir yerde bulunuşunun bir tür kaydı değildir. Seyahatname aynı zamanda bir kültür özüne inmek, öz kültürle karşılaştırmak yapmak, “öteki”ni tanımaya çalışmaktır. Yazım aşamasında insan faktörünün göz ardı edilemeyeceği seyahatname bu sebeple, yalnızca görülenin değil, görmek istenenin; gözlemlenenin değil, tahayyül edilenin yer verildiği ya da verilebildiği anlatılardır. Bu nedenle seyahatname, salt bir resmi anlatı değil, aynı zamanda hem mekânın hem de ötekinin bir temsil biçimidir. Bu temsil çoğu zaman, seyyahın ait olduğu kültürel, dinsel ve siyasal bağlamın izlerini taşır. Tam da bu nedenle seyahatnameler, tarihsel bilgi sunmakla kalmaz; aynı zamanda bu bilginin nasıl inşa edildiğini, hangi kavramsal çerçevede dile getirildiğini de gözler önüne serer.

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Galatasaray Üniversitesi, Karşılaştırmalı Dilbilim ve Uygulamalı Yabancı Diller Bölümü, İstanbul, aozkan@gsu.edu.tr, ORCID: orcid.org/ 0000-0002-5270-2333

Mary Louise Pratt'ın belirttiği üzere, “seyahat yazını yalnızca merkezden çevreye doğru akan bir bilgi değil, aynı zamanda iktidarın söylemsel üretimidir” (Pratt, 1992, s. 6). Seyyah, çoğunlukla Batılı bir özne olarak, karşılaştığı Doğulu mekânları ve halkları egzotikleştirme eğilimindedir. Bu egzotizm, yalnızca bir merakten değil, aynı zamanda Batı'nın kendini tanımlama ihtiyacından kaynaklanır. Edward Said'in (1978) *Oryantalizm* adlı klasikleşmiş çalışmasında da altını çizdiği gibi, Doğu, Batı için bir “öteki” olarak kurgulanır ve seyahatnameler bu kurgunun en işlevsel anlatı türlerinden biri olarak karşımıza çıkar.

Seyahatname, bu anlamda, hem bir deneyim aktarımı hem de bir kültürel konumlanış inşası. Seyyah, gözlemlendiği dünyaya dair mutlak bir bilgi sunuyormuş izlenimi yaratırken, aslında kendi konumunu da meşrulaştırır. Bu meşrulaştırmanın temelinde çoğu zaman “medenileştirme”, “aydınlatma” ya da “anlama” gibi görünürde insani, ama aslında sömürgeci niyetleri örtük biçimde taşıyan ideolojik söylemler yer alır (Pratt, 1992, s. 7). 16. yüzyıldan itibaren Avrupa’da yaygınlaşan diplomatik amaçlı seyahatlerin yazınsal ürünleri olarak nitelenebilecek seyahatnameler, bireysel gözlem ile kolektif temsil arasında salınan bu türün en zengin örneklerini sunar. Rönesans’ın birey merkezli zihniyetiyle birleşen bu yazınsal damar, seyyahı yalnızca bir anlatıcı değil, aynı zamanda bir kültürel aracıya dönüştürür. Bu noktada seyahatname, kurmaca ile gerçeğin iç içe geçtiği, gözlemin estetik ve ideolojik biçimde işlediği bir metne dönüşür. Rubiés’in (2000) ifade ettiği gibi, “seyahat anlatısı, gözlem ile anlatı arasında bir gerilim yaratır; bu gerilim, hem metne dinamizm kazandırır hem de anlatıcının konumunu sürekli yeniden inşa eder” (s. 19). Edebi bağlamda, seyahatnameler mekânın betimlenişi, anlatıcının bakış açısı ve anlatı stratejileri açısından roman ve otobiyografi gibi türlerle belirli noktalarda kesişir. Kısa hikayeler, bireysel deneyimler ve hayatından kesitlerle, seyyah anlatısını zenginleştirir. Gözlemci “ben”, çoğu zaman deneyimin merkezine yerleşir; gördüğü her şey taşıyıcısı olduğu kültürel birikiminin etkisiyle onun bakışından süzülerek aktarılır. Seyyah bir bakıma geldiği kültürün mikro ölçekte bir temsilcisidir. Bu bağlamda seyahatnameler, hem bireysel hafızanın hem de kolektif tahayyülün izlerini taşır. Bu sebeple anlatıda benimsen içyapı sadece gözlemlenen ve deneyimlenen uzamı değil, aynı zamanda kültürel ve siyasi bir imgeyi yeniden yaratır.

Her ne kadar Fransızların Osmanlı topraklarındaki siyasi ve ticari varlıkları 16. yüzyılda başlamış olsa da 15. yüzyılda özellikle İtalyan gezginlerin Osmanlı topraklarındaki seyahatlerinin ürünü olan seyahatnameler olduğu bilinmektedir. Ancak Muhteşem Süleyman’ın siyasi zaferleriyle derin izler bıraktığı bu yüzyıl, yalnızca Osmanlı’nın klasik çağının doruk noktası

değildir. Aynı zamanda Osmanlı'nın Avrupalıların hayal gücünde Doğu'nun görkemiyle, gizemleriyle ve çekiciliğiyle özdeşleştirildiği bir dönemdir. İstanbul, bu bağlamda yalnızca fiziki bir merkez değil; aynı zamanda imgelerle yüklü bir odak noktası hâline gelir. Batılı seyyah için bu şehir, hayranlık uyandıran bir medeniyetin kalbi olduğu kadar, açıklanması güç bir kültürel yoğunluğun da simgesidir. Bu çerçevede her ne kadar Jacques Gassot ve Pierre Gilles gibi isimler tarafından kaleme alınan farklı versiyonları olsa da mahiyetinde yer alan asilzade Jean Chesneau tarafından kaleme alınan Monsieur d'Aramon'un seyahatnamesi, yalnızca diplomatik bir görevlinin gözlemlerini değil; aynı zamanda Batı'nın Doğu'ya yönelik bakışının, Osmanlı İstanbulu'na dair temsillerinin ve bu temsillerin ardında yatan söylemsel yapının izlerini taşır. Chesneau, İstanbul'a yalnızca bakan değil; onu yeniden üreten, yorumlayan, kendi dünyasının ön kabulleriyle anlamlandıran bir anlatıcıdır. Bu nedenle onun metni, salt bir tarihsel belge olarak değil; aynı zamanda edebi bir yapı, kültürel bir temsil ve ideolojik bir söylem olarak incelenmeyi hak eder.

### **Seyahatnamenin Tarihsel ve Politik Bağlamı**

Monsieur d'Aramon'un ve mahiyetinde bulunan Chesneau'nun Osmanlı topraklarına gerçekleştirdiği seyahat, sıradan bir gezginin merakından doğmuş bir serüvenden ziyade, Avrupa diplomasisinin çalkantılı sahnesinde biçimlenen bir politik görevlendirmedir. 1547 yılında Fransa Kralı I. François tarafından Kanuni Sultan Süleyman'ın nezdine elçi olarak gönderilen d'Aramon'un yolculuğu (Chesneau, 2022: 5), erken modern dönemin karmaşık güç dengeleri içerisinde, Fransa ile Osmanlı İmparatorluğu arasında gelişen stratejik bir yakınlaşmanın somut bir tezahürüdür. Bu seyahat, bir yandan Akdeniz'in siyasi haritasını yeniden çizerken, öte yandan iki imparatorluğun birbirine duyduğu karşılıklı ihtiyacın diplomatik bir ifadesine dönüşmüştür.

Fransa'nın Osmanlı ile kurduğu bu ittifakın kökenleri, Avrupa kıtasında Katolik Habsburg hanedanının hegemonyasına karşı verilen mücadeleye dayanır. Kutsal Roma-Germen İmparatoru V. Karl'ın siyasi ve askerî baskısı altında kalan I. François, kendisine yeni bir müttefik arayışı içerisine girmiştir. Bu bağlamda Osmanlı İmparatorluğu, yalnızca askeri gücüyle değil, aynı zamanda Viyana kapılarına kadar uzanan nüfuzu sayesinde, Fransa'nın Avrupalı yalnızlığını kırabilecek yegâne güç olarak görünmüştür. Said'in (1978) belirttiği üzere, "Doğu'nun hayal gücünde kurulan temsilleri kadar, Batı'nın reel politik ihtiyaçları da bu yakınlaşmaları motive eder" (s. 122). İşte d'Aramon'un İstanbul'a gelişi, bu reel politikanın ete kemiğe bürünmüş

hâlidir. 1547’de başlayan diplomatik görevinde d’Aramon, yalnızca Fransa’nın çıkarlarını gözetmekle kalmamış, aynı zamanda Osmanlı’nın İran seferine de katılmıştır. Bu durum, onun yalnızca bir elçi değil, aynı zamanda gözlemci ve arabulucu bir figür olarak konumlanmasına neden olmuştur. Rubiés’in işaret ettiği gibi, erken modern dönemde “diplomatik seyyahlar, yalnızca bilgi taşıyıcıları değil; aynı zamanda kültürler arası etkileşimin ve temsilin faileri olarak görülmelidir” (Rubiés, 2000: 41). D’Aramon’un seyahati bu bağlamda, politik diplomasi ile kültürel gözlemin kesiştiği nadir anlatılardan biridir.

Osmanlı İmparatorluğu’nun 16. yüzyıldaki Avrupa diplomasisindeki yeri “korku” ve “hayranlık” sözcükleriyle ifade edilirse yanlış olmaz. Batı’daki yaygın algının aksine, Osmanlı yalnızca askeri kudretiyle değil, diplomatik ve ticari bakımdan da Avrupa’ya yön veren siyasi bir aktördür. Fransa ile yapılan *Capitulations* (Ahidnâme) antlaşmaları bu bağlamda örnek teşkil olarak verilebilir. Halil İnalcık’a göre, 1536 yılında imzalanan bu ilk antlaşma, Fransız tüccarlarına Osmanlı topraklarında ticari ayrıcalıklar tanıyarak, Fransa’nın Akdeniz’de ve Doğu’daki ekonomik faaliyetlerini güçlendirmeyi hedeflemiştir (İnalcık, 1973: 106). Fakat bu anlaşma yalnızca bir ticaret belgesi değil, aynı zamanda Osmanlı’nın Batı diplomasisindeki rolünü güçlendiren bir politik jesttir. D’Aramon’un seyahatnamesi, bu politik zemini edebi bir düzleme taşır. Metin, yalnızca başkent İstanbul’u ve Osmanlı yönetimini yalnızca gözlemlemekle kalmaz; aynı zamanda Avrupa’nın güç dengeleri içerisinde Osmanlı’nın oynadığı rolü yeniden çerçevelendirir. Metinde dikkat çeken bir unsur, Osmanlı’nın mutlak bir “öteki” değil, akılcı, stratejik ve etkili bir siyasi özne olarak temsiliyet bulmasıdır. Bu temsil biçimi, Monsieur d’Aramon’un diplomatik misyonunun bir yansımasıdır; zira anlatıcı Chesneau, metnin her satırında Batı’nın önkabullerini üstü kapalı bir şekilde sorgulayan bir tavır takınır.

D’Aramon seyahatnamesi, yalnızca diplomatik gözlemlerin bir kaydı değil, aynı zamanda 16. yüzyıl Batı aklının Osmanlı İmparatorluğu’nu nasıl kavramsallaştırdığına dair güçlü bir temsili çerçeve sunar. Bu temsil biçimi, kaçınılmaz olarak Doğu-Batı karşıtlığının tarihsel ve ideolojik zemininde şekillenir. Edward Said’in (1978) kavramsallaştırdığı hâliyle *oryantalizm*, Batı’nın Doğu’yu anlamlandırma değil, yeniden üretme, tanımlama ve sınırlama sürecidir. Bu süreçte Doğu, hem hayranlık uyandıran hem de korkulan bir “öteki” olarak inşa edilir. Chesneau’nun metni de bu oryantalist söylemin sınırlarında dolaşır; zaman zaman ona yaklaşır, kimi zaman ise diplomatik nezaketin gölgesinde daha dengeli bir temsil sunar. Chesneau’nun anlatısında Osmanlı toplumu, çoğu zaman düzenli, kurumsallaşmış ve

rasyonel bir imparatorluk yapısıyla betimlenir. Bu durum, onu Lady Mary Wortley Montagu ya da Gérard de Nerval, Alphonse de Lamartine gibi 19. yüzyıl seyyahlarının Doğu'yu katır bir biçimde egzotikleştirici bakışından ayırır. Montagu, 18. yüzyıl İstanbul'unu harem yaşamı ve kadın bedeninin erotik imgesi üzerinden yorumlarken, Nerval ve Lamartine gibi gezgin şairler İstanbul kültürel çeşitliliği ve oryantalizm etkisinde gelişen mistik ambiyansı üzerinden betimlerler. Her ne kadar anlatılarda sultan ve sarayına yer verilmişse de aktarılan gözlemlerin derinliksiz olduğu söylenebilir. Chesneau'nun yaklaşımı daha farklıdır. Chesneau daha çok askeri yapı, yönetim mekanizmaları ve sultanın siyasi yetkinliği etrafında anlatısını yapılandırır. Ancak bu yapı içerisinde bile, zaman zaman Batı merkezli bir üstünlük hissi sezilir. Bakan kültürün (fr. culture regardante) bir temsilcisi olarak gezginin bakılan kültüre (fr. culture regardée) karşı bu tavrı şaşırtıcı değildir. İki kültür arasında yaptığı her kıyasta kendi kültürünü aşağı görmesi beklenemez. Bu da metni, Edward Said'in işaret ettiği oryantalist ikiliğin yani "biz" ve "onlar" ayrımı içine yerleştirir:

"Oryantalizm, yalnızca Doğu'nun betimlenmesi değil, aynı zamanda Batı'nın kendisini tanımlama biçimidir. Öteki ne kadar farklıysa, özne kendisini o kadar net biçimde konumlandırabilir" (Said, 1978, s. 54).

Seyyahın Osmanlı toplumuna ilişkin gözlemleri, dikkat çekici bir düzen, disiplini ve merkezîyetçiliği öne çıkarır. Özellikle İran seferi sırasında ordunun disiplini, lojistik kabiliyeti ve askerî hiyerarşisi, Batılı bir gözlemcide hem hayranlık hem de endişe uyandıran bir imge yaratır (Chesneau, 2022: 50, 61). Buradaki hayranlık, temelde Osmanlı'nın rasyonel devlet aklına yöneliktir; fakat bu hayranlık, hiçbir zaman tam anlamıyla özdeşleşmeye ya da tam bir benimsemeye dönüşmez. Zira anlatıcı, Osmanlı'ya dair aktardığı her detayda, görünmez bir mesafe yaratır. Bu mesafe seyahatin diplomatik niteliğinden kaynaklanır. Bu yüzden Doğu "okunabilir" ama asla "ait olunamayan" bir mekân olarak yansıtılır.

Oryantalist anlatıların klasik özelliklerinden biri olan egzotizm, Chesneau'nun metninde görece ölçülüdür; ne var ki İstanbul'un mimarisi, halkın giysileri, saray protokolleri ve günlük hayatın ritüelleri anlatılırken, bu egzotikleştirici eğilim zaman zaman su yüzüne çıkar. Marco Polo'nun Uzak Doğu'ya dair fantastik anlatılarında ya da Jean de Thévenot'nun seyahatnamesindeki şaşkınlık yüklü betimlemelerde olduğu kadar açık bir hayranlık ya da büyülenme dili olmasa da, Chesneau'nun anlatımı, Batılı okura Doğu'nun merak uyandırıcı, renkli ve alışılmadık atmosferini sunmakta tereddüt etmez. Bu durum, Jean Starobinski'nin belirttiği gibi, "gözlemin bir estetik nesneye dönüştüğü" andır (Starobinski 1971: 83). Gözlemin

estetikleştirilmesi ise oryantalist söylemin temel stratejilerinden biridir. Dikkat çekici olan, Chesneau'nun metninde zaman zaman tarafsızlığa yaklaşan bir üslup benimsenmesidir. Osmanlı toplumu bir bütün olarak ele alınırken, belirli bir grup ya da etnisiteye dair alaycı ya da küçümseyici ifadeler nadiren rastlanır. Bu yönüyle Chesneau, Montagu'nun yer yer romantize eden bakışından ya da Tavernier'in ekonomik faydacılığa indirgenen Osmanlı yorumundan ayrılır. Bununla birlikte, Chesneau'nun temsil stratejileri yine de Avrupa-merkezli bir söylemin izlerini taşır. Osmanlı'nın sistematik yapısı dahi, çoğu zaman Avrupa'nın siyasal kaosuna karşı bir karşı-model olarak sunulur. Bu karşıtlık, Said'in tanımladığı oryantalist mekanizmanın merkezine oturur: Doğu, Batı'nın karşısında, onun tanımıyla varlık kazanır. Bir bakıma d'Aramon seyahatnamesi, oryantalist seyahat anlatılarının klasik örnekleriyle zaman zaman örtüşmesine de onların söylemsel yapısından tamamen bağımsız değildir. Egzotizm, mesafe, merak ve kontrol etme arzusu, metnin alt katmanlarında sessizce dolaşır. Ancak aynı zamanda, bu metin, Osmanlı'yı askeri, siyasi ve idari anlamda güçlü bir özne olarak sunarak, onu mutlak bir “öteki” konumuna sabitlemez; onu tanımaya, tanımlamaya ve tanıtmaya çalışır. Bu çelişkili temsil biçimi, seyahatnamenin edebî değerini artırdığı kadar, onu ideolojik olarak çözümlemeye açık bir metne de dönüştürür.

### **Seyyahın Konumu**

Seyahatname türü, doğası gereği anlatıcının kimliğini, deneyimini ve amacını metnin dokusuna işler. Bu nedenle herhangi bir seyahat anlatısını çözümlemek, yalnızca anlatılanları değil, anlatan öznenin konumunu da sorgulamakla başlar. Chesneau'nun Osmanlı İmparatorluğu'na dair kaleme aldığı seyahatname, bu bağlamda oldukça özgün bir örnek teşkil eder. Zira anlatıcısı yalnızca bir gözlemci değildir; aynı zamanda Kral I. François adına hareket eden bir diplomatın mahiyetinde yer alan diplomatik görevli bir figürdür. Bu ikili kimlik, metnin hem yazınsal yapısını hem de temsil biçimlerini belirleyen asli bir dinamik olarak karşımıza çıkar. Chesneau'nun metni, ilk bakışta sistematik gözlemler, betimlemeler ve yorumlarla bezeli bir gezi anlatısı izlenimi verse de, satır aralarında Fransa'nın dış politikasına ve Osmanlı-Fransız ilişkilerine dair stratejik bir dikkatin izleri gözlemlenir. Bu durum, metni yalnızca edebî bir seyahatname değil, aynı zamanda diplomatik/tarihsel bir belge/rapor olarak da okunabilir kılar. Halil İnalcık'ın da işaret ettiği üzere, “16. yüzyılın ikinci yarısı, Osmanlı'nın Batı ile kurduğu siyasi ilişkilerin belirginleştiği bir dönemdir ve Fransa ile yapılan yazışmalar bu dönemin dış politika belleğini oluşturur” (İnalcık, 1973: 143).

Chesneau'nun metni, işte bu belleğin yazınsal uzantısı olarak değerlendirilebilir.

Metinde yer alan gözlemler çoğu zaman kişisel izlenimler ile kurumsal rapor dili arasında salınır. İstanbul'un mimarisi, halkın yaşam tarzı, dini ritüeller ve toplumsal hiyerarşi gibi konulara dair gözlemler, bir Batılı okurun merakına hitap eder biçimde aktarılırken; Osmanlı padişahının askeri gücü, divan düzeni, bürokratik yapılar ve İran seferi gibi stratejik konulara dair pasajlar, açıkça diplomatik dikkatle seçilmiş detaylara dayanır. Burada seyyah, yalnızca “gören” değil, aynı zamanda “bildiren” konumundadır. Gözlemin amacı yalnızca betimleme değil, aynı zamanda aktarım ve analizdir. Bu da Chesneau'nun anlatısını epistemolojik olarak farklı türlerin sınırında konumlandırır: ne tam anlamıyla öznel bir anı, ne de tamamen nesnel bir rapor denebilir. Seyahatnamenin bu çift yönlü yapısı, türlerarası bir geçişliliği de beraberinde getirir. Jean-Pascal Gay'in (2018) *Les diplomates-écrivains à la Renaissance* adlı çalışmasında vurguladığı gibi, Rönesans döneminde diplomatlar aynı zamanda yazar ve entelektüel figürlerdir. Onların yazıları yalnızca bilgi aktarmaz; aynı zamanda bir dünya görüşünü, bir temsil stratejisini ve çoğu zaman ulusal çıkarların estetikleştirilmiş bir versiyonunu içerir. Chesneau'nun metni de bu “diplomat-yazar” figürünün ürünüdür: hem tanıktır hem temsilcidir; hem anlatır hem yargılar. Metnin öznel mi, yoksa nesnel mi olduğu sorusu da bu bağlamda yeniden düşünülmelidir. Chesneau bu diplomatik seyahat sırasında, olayları doğrudan yaşamış, İstanbul'da bulunmuş ve Osmanlı sarayına kabul edilmiş biri olarak, şüphesiz ki gözlemlerini deneyimle temellendirir. Ancak bu gözlemler, hiçbir zaman saf, doğrudan ve tarafsız değildir. Anlatıcı, kendi kültürel bağlamının, siyasal misyonunun ve diplomatik sorumluluklarının süzgecinden geçerek yazar. Chesneau'nun metni Osmanlı İmparatorluğu'nu yalnızca anlatmakla yetinmeyip, aynı zamanda bu anlatıyı politik bir temsilin aracı haline getirmesidir. Jean Chesneau için İstanbul, yalnızca ziyaret edilen bir şehir değil; müzakere edilen, izlenen ve diplomatik anlamlar yüklenen bir güç merkezidir. Bu bağlamda İstanbul'un metinsel temsili, bir yandan diplomatik amaçlarla şekillenirken, diğer yandan seyyahın bireysel duyarlılığı ve gözlem gücüyle estetik bir niteliğe bürünür. Şehir, hem stratejik bir alan hem de anlatı içinde yaşayan, soluk alan bir organizma gibi temsil edilir. Bu temsildeki çift katmanlılık, seyahatnamenin yazınsal değerini artırdığı kadar, onu tarihsel bir belge olarak da kıymetli kılar. Monsieur d'Aramon seyahatnamesi, Jean Chesneau'nun benimsediği anlatı yapısı ve dili itibarıyla klasik bir gezi günlüğünden çok, retrospektif ve düşünsel bir anlatı çerçevesine sahiptir. Dönemin diplomatik teamüllerine uygun olarak kaleme alınmış olsa da metin

yalnızca bir görev raporu işlevi görmez. Aksine, yazarın tanıklık ettiği olaylara dair yorumlar, analizler ve kişisel gözlemler, metnin yazınsal derinliğini artırır. Bu yönüyle metin, *histoire vécue* (yaşanmış hikâye) ile *discours diplomatique* (diplomatik söylem) arasında bir eşikte konumlanır. Anlatıcının sesinde belirgin bir *récit à posteriori* (sonradan anlatım) duygusu hâkimdir. Olaylar belirli bir kronolojiyle aktarılır; ancak bu aktarım, yalnızca bir zaman dizisinin kaydı değil, aynı zamanda yorumla zenginleştirilmiş bir anlatı inşasıdır. Michel de Certeau'nun ifadesiyle, “seyahat anlatısı, mekânsal hareketin yazı yoluyla yeniden üretilmesidir” (de Certeau, 1984:118). Chesneau'nun gözlemlerine ilişkin bir rapor olarak algılanabilecek yazısı da tam olarak bu işlevi üstlenir: seyahatin fiziksel gerçekliğini, yazı aracılığıyla hem belgeleme hem anlamlandırma çabasıyla yeniden kurar.

Seyahatnamenin türsel yapısı, onu 16. yüzyıl Fransız seyahat yazını içinde özel bir konuma yerleştirir. Bu dönemde kaleme alınan metinler, sıklıkla üç damardan beslenir: tarihsel rapor, gözlem günlüğü ve edebî anlatı. Chesneau'nun metni bu üç yapının öğelerini iç içe geçirerek hem bilgi aktarımına hem de temsil stratejilerine olanak tanır. Metinde kullanılan dil, retorik açıdan sade ancak yüklemeleri ve betimlemeleri bakımından zengin bir yapıya sahiptir. Yazar, diplomatik görevine uygun olarak dikkatli, ölçülü ve zaman zaman mesafeli bir anlatımı tercih eder. Bu da anlatının nesnel bir zeminde ilerlemesini sağlarken, metnin otoritesini pekiştirir. Dil, burada yalnızca iletişim aracı değil; aynı zamanda kültürel bir temsil aracıdır. Chesneau'nun kullandığı sözcükler, Doğu'nun belli bir biçimde tasvir edilmesine hizmet eder. Özellikle “görkem”, “nizam”, “ciddiyet”, “şatafat” gibi sözcüklerle betimlenen Osmanlı sarayı ya da İstanbul'un sokakları, Batılı bir gözlemcinin hayal gücünü harekete geçiren birer sahneye dönüşür. Bu anlatım biçimi, Said'in işaret ettiği oryantalist yazımın temel stratejilerinden biridir: “Doğu, sözcüklerle bir manzara hâline getirilir; seyahat yazısı ise bu manzarayı Batı'nın bakışına sunan bir penceredir” (Said, 1978: 89).

Mekân anlatısı, metinde özel bir yere sahiptir. İstanbul, yalnızca gezilen, gündelik yaşama ve kültüre dair gözlem yapılan bir yer değil; anlamlandırılan ve temsil edilen bir mekân olarak tasavvur edilir. Henri Lefebvre'in (1974) *mekânın toplumsal üretimi* fikrini takip edecek olursak, İstanbul'un betimlemeleri, yalnızca fiziksel değildir. Seyyah aynı zamanda sembolik bir anlam da yüklemeye başlar gözlemlerine. Saray, camiler, sokaklar, limanlar ve halk pazarları, yazarın gözünde ve kişisel kültürel birikiminin süzgecinden geçerek birer temsil alanına dönüşür. Bu şekilde anlamlar kaçınılmaz olarak “yanlı” bir şekilde yeniden kurulur. Bu temsil, okura yönelik olarak hem şehre dair bilgi üretir, hem de şehri bir kültürel “sahne” olarak yeniden kurar. Zaman

ise anlatıda çizgisel bir doğrultuda ilerler; ancak bu gözlem sürecinde kimi anlarda zamanın akışı durur, yavaşlar, yoğunlaşır. Özellikle seyyah nezdinde büyük öneme sahip törensel geçitler, saray görüşmeleri ya da dini ritüeller anlatılırken, zaman bir anın içine sıkıştırılmış bir gösteri hâline gelir. Gözlemde ve dolayısıyla zamanda yaşanan bu duraksamalar, anlatının estetik boyutunu artırırken, yazarın gözlemci kimliğini ön plana çıkarır. Anlatıcı burada yalnızca aktaran değil, detaylara dikkat çeken, sahneyi okuyucuya estetik bir deneyim olarak sunan bir figür hâline gelir

### **Büyük Türk'ün İstanbul'u: 16. Yüzyılda bir Doğu Başkenti**

D'Aramon seyahatnamesinde İstanbul, yalnızca fiziksel bir mekân değil; aynı zamanda anlamlarla örülü, temsilin çeşitli düzeylerinde yeniden inşa edilen bir anlatı alanıdır. 1547 yılında Osmanlı topraklarına ulaşan Chesneau'nun metni, bir yandan diplomatik gözlemin soğukkanlılığına yaslanırken, öte yandan gözlemin kaçınılmaz öznesi olan anlatıcının kültürel konumu ve tahayyül dünyasıyla biçimlenir. Bu yönüyle şehir, seyahatnamenin yalnızca sahnesi değil, aynı zamanda konusudur; anlatıcının söylemiyle şekillenmiş bir metinsel şehir olarak varlık kazanır. Chesneau'nun anlatısında İstanbul, hem Doğu'ya özgü “öteki” bir şehir olarak 19. yüzyıl seyahatnamelerindeki kadar olmasa da “egzotikleştirilir” hem de Avrupa aklının haritalandırıcı bakışıyla yeniden düzenlenir. Şehrin surları, kapıları, kuleleri ve tepeleri sistemli biçimde sıralanırken, anlatıcı, Roma'nın mirasına atıfta bulunarak İstanbul'u Batılı okuyucuya tanıdık bir kalıpta sunar:

“Şehrin aşağı yukarı on dört-on beş bin tane kulesi, yirmi iki kapısı ve Roma gibi yedi tepesi bulunmaktadır.” (Chesneau, 2022: 48)

Bu türden topografik betimlemeler, Mary Louise Pratt'ın *contact zone* (1992) kavramı çerçevesinde, Batılı öznenin yabancı mekânı “anlamlandırarak ehlileştirme” stratejisiyle doğrudan ilişkilidir. İstanbul, bu bağlamda bilinmeyen değil, *tanınabilir ötekinin* şehri hâline gelir. Ancak bu tanınabilirlik, bir eşitlik varsayımına değil; kontrol, ayırıştırma ve temsil etme hakkına dayalı bir bakışa yaslanır. Anlatının en belirgin söylemsel stratejilerinden biri, anlatıcının “ben” konumunun çok katmanlı bir biçimde işlenmesidir. Daha öncede de belirtildiği üzere, Chesneau yalnızca gören ve yazan bir figür değildir; o aynı zamanda Fransa Kralı adına hareket eden bir diplomatın sekreteridir. Bu konum, gözlemi bireysel deneyimin ötesine taşır; siyasi, kültürel ve ideolojik bir temsil pratiğine dönüştürür. Anlatıcının, hediyeler sunarken ya da “el üstünde tutulduğunu” belirtirken sergilediği söylem, Batı'nın Doğu karşısındaki üstünlük kurma arzusunun temsili hâline gelir. Edward Said'in belirttiği gibi, “Doğu'nun temsili, Batı'nın kendini

merkezleştirme stratejisidir” (*Orientalism*, 1978, s. 56). Bu metinde de Doğu yani Osmanlı, Batı’nın gözünden temsil edilen bir nesnedir.

D’Aramon’un İstanbul’a ilk varış sahnesi, mekânın ideolojik olarak ikiye bölünmesiyle başlar: Galata ve Konstantinopolis. Galata, Hristiyan tüccarların yaşadığı, anlatıcının konumlandığı yer olarak “medenî”, “tanıdık” ve “Batılı” bir merkez gibi temsil edilir. Buna karşılık, Haliç’in karşı kıyısı olan Osmanlı İstanbul’u, “öteki”dir: idare edilen, izlenen, temsil edilen. Bu bölünme, yalnızca coğrafi değil, aynı zamanda söylemsel ve ideolojik bir ayrımdır. Michel de Certeau’nun (1984) “şehir yazı yoluyla inşa edilir” fikri çerçevesinde okunduğunda, Galata yazının içinden konuşan mekân olurken, Osmanlı İstanbul’u yazının edilgen nesnesi olarak konumlanır.

Metinde yer alan yeniçerilerle ilgili pasaj, seyahatnamenin sadece mimari ya da siyasi yapıyı değil, Osmanlı toplumunun gündelik yaşamını da temsil etmeye çalıştığını gösterir. Ancak bu temsil çoğu zaman kültürel mesafeyle biçimlenir:

“Hepsi resmen bayat içyağı kokuyordu... başka yerde asla görülmeyecek biçimde aç kurtlar gibi yediler.” (Chesneau, 2022: 18)

Bu tür betimlemeler, seyahatnamenin edebî boyutunun ötesinde, kültürel bir sınıflandırma çabasını da içerir. Seyyah, gözlemlediği halkı yalnızca fiziksel özellikleriyle değil, davranış kalıplarıyla da “ötekileştirir.” Mary Louise Pratt’ın (1992) *transculturation* kavramı doğrultusunda, gözlemlediği kültürü tam olarak anlayıp içselleştiremeyen anlatıcı, onu estetik ya da grotesk biçimlerde temsil etmeyi tercih eder. Metin boyunca “Büyük Türk” olarak adlandırılan Kanuni Sultan Süleyman’ın figürü, Doğu’nun merkezi otoritesini temsil eden sembolik bir yapı taşır. Elçiyle olan temas, hediyelerin takdimi ve kont Rogenford olayında Sultan’ın gösterdiği tavır, Osmanlı’nın politik yapısına dair çok katmanlı bir temsil oluşturur. Ancak bu temsilin içerisinde de iktidar her zaman mutlak değildir; zaman zaman sorgulanan, pazarlık edilen, tehditkâr ya da ikna edici yüzleriyle ortaya çıkar. Bu da Doğu’nun yalnızca tek boyutlu bir “öteki” olarak değil, karmaşık bir siyasal yapı olarak sunulmasına imkân tanır.

Bu bağlamda Monsieur D’Aramon seyahatnamesi İstanbul’u bir harita gibi çizmekle kalmaz; aynı zamanda bir imgeye, bir metne dönüştürür. Bu dönüşümde anlatıcının kimliği, diplomatik rolü, kültürel konumu ve estetik tercihi belirleyici olur. Şehir, bu anlatı içerisinde egzotik bir Doğu başkenti olarak parıldarken, aynı zamanda Batılı aklın kontrol etmek istediği bir uzama da dönüşür. Bu temsil stratejileri yalnızca mekânsal değil, aynı zamanda söylemsel ve ideolojik düzeyde işler.

## Saraydan Taşa, Taştan Hayata: Mekânın Söylemsel Temsili ve İstanbul'da Gündelik Gerçeklik

D'Aramon seyahatnamesinde İstanbul, yalnızca bir şehir değil, Batılı gözlemcinin zihinsel haritasında anlamlandırılmak üzere sürekli olarak yazılan ve yeniden kurulan bir mekândır. Bu yeniden kurma sürecinde mekân, bazen tarihsel ihtişamla parlatılır, bazen mimari güzelliklerle idealleştirilir; kimi zaman da gündelik hayatın ayrıntılarında kültürel olarak sınıflandırılır. Chesneau'nun İstanbul'u, mimariden sokaklara, hamamlardan saraya, camilerden kiliselere kadar geniş bir yelpazede temsil edilirken, anlatıcının konumu ve dili, bu temsilin söylemsel çerçevesini belirleyen asli etmenlerdir.

Büyük Efendi'nin sarayı, şehrin mimari ve sembolik merkezidir. Yalnızca siyasi iktidarın değil, aynı zamanda kültürel hiyerarşinin de simgesidir. Anlatıcı, bu yapıyı “asla açılmayan on bir demir kapı”yla çevrili bir kale gibi betimleyerek sarayı yalnızca fiziksel değil, söylemsel olarak da ulaşılmaz kılar. Sarayın yüksek duvarları, Batılı anlatıcının gözünden Doğu'nun kapalı, gizemli ve otoriter doğasının bir metaforuna dönüşür. Edward Said'in (1978) ifadesiyle, “oryantalist metinlerde temsil edilen Doğu, erişilemez ama gözlenebilir bir mekân olarak yapılandırılır” (s. 58). Chesneau'nun Osmanlı sarayını bu bağlamda, *asla sahip olunamayacak bir kudretin* somut karşılığı olarak görmesi şaşırtıcıdır.

Mimari bakımdan, sarayın inşasında kullanılan mermerler, sütunlar ve taşlar, Osmanlı'nın yalnızca bir askerî güç değil, aynı zamanda estetik bir kültür ürettiğini gösterir. Ancak hemen ardından gelen ahşap evler ve taş kullanılmaması vurgusu, bu estetiği istisnai kılar. Chesneau, “eğer Türkler saraylar ve evler inşa etmek isteselerdi, bunu gayet güzel becerirlerdi” (Chesneau, 2022:24) diyerek Osmanlı mimarisini takdir etse de Osmanlı tebaasının ev yapımında taş kullanmamalarını bir eksiklik olarak sunar. Bu söylem, Mary Louise Pratt'ın *contact zone* (tr. temas merkezi) (1992) kavramsallaştırmasıyla okunduğunda, Batılı gözlemcinin kendi normatif estetik ve işlevsellik anlayışını merkeze alarak ötekini değerlendirme biçimidir.

İstanbul'un betimlenişinde saraydan sonra gelen mekânlar —camiler, hamamlar, çeşmeler, hipodrom ve dikilitaşlar— anlatıcının şehri bir müze gibi gezdiğini, ve adeta kataloglar gibi belgelediğini gösterir. Michel de Certeau (1984), “mekânın yazılı anlatımı, onu kontrol edilebilir kılar” derken tam da bu tür bir temsil stratejisini ima eder (s. 115). Chesneau'nun kaleme aldığı bu seyahatnamede, İstanbul'un çok katmanlı yapısının anlaşılabilirliğini artırmak için dikkatli bir şekilde katmanlarına ayrılarak anlatıldığını görürüz. Bu konuda metinde en ilginç noktalardan biri Ayasofya'nın camiye

dönüştürölüşü karşısında duyulan hayranlık ve şaşkınlığın iç içe geçtiği paragraflardır. Mozaiklerin, sütunların ve kubbelerin ihtişamı, Doğu'nun geçmişine duyulan saygının bir işareti gibidir. Ancak bu hayranlık, cinsiyet ayırımına dair ahlaki bir değerlendirmeye kesintiye uğrar: kadınların yukarı katta ibadet etmesi, “kilisede aşk yapanlar için oldukça kötü bir usul” olarak nitelenir. Bu tür yorumlar, Batılı ahlak anlayışının evrensel ölçüt olarak sunulduğu, ötekinin ise sürekli bir “kültürel denetime” tabi tutulduğu oryantalist temsilin klasik örneklerindendir (Said, 1978, s. 94).

Chesneau'nun anlatısında şehrin gündelik hayatına dair gözlemler ise İstanbul'un toplumsal haritasını hem etnik hem işlevsel olarak katmanlara ayırır. Türkler merkezdedir; ardından Yahudiler, Rumlar ve Batılı Hristiyanlar gelir. Anlatıcı, Yahudilerin ticaretteki ağırlığını ve zanaatkârlığını vurgulayarak onlara toplumsal bir fonksiyon yükler, ancak bu temsil, çoğunlukla faydacı bir gözlemin sonucudur. Henri Lefebvre'in *Mekânın Üretimi* (1974) kuramında belirttiği gibi, şehir, yalnızca fiziksel değil; ilişkisel bir üretim alanıdır. Chesneau'nun İstanbul'u da bu üretim içinde belirli gruplara belirli işlevler atayan, mekânı söylemsel olarak bölüştüren bir haritadır.

Aynı temsil edici bakış, seyyahın kutsal mekânlarla kurduğu ilişkide de kendini ele verir. Caminin serin kubbesinde, bir kilisenin taş duvarlarında ya da bir sinagogun kemerli sessizliğinde resme rastlanmaz oluşu, Batılı göz için ne bir eksikliktir ne de doğrudan bir yoksunluk. Fakat bu “yokluk” hâli, Tanrı'nın ismini taşıyan hatların çevrelediği kutsal alanlarda, alışılmış görsel ikonografiye yer olmamasıyla birlikte bambaşka bir algı düzlemine taşınır. Batılı anlatıcı, burada tarafsız bir gözlemci kılığına bürünse de, aslında sürekli olarak kendi kültürel matrisini arayan, bulamadığında ise anlamı kendi değer sistemine göre yeniden kuran bir bakışa sahiptir.

Metnin arka planında işleyen şey, yalnızca mekânın betimlenmesi değildir; bu betimleme üzerinden kurulan epistemolojik üstünlüktür. Anlatıcı, kendi inanç ve estetik sistemine ait kodlarla donanmış bir gözle bakar; gördüğü her şey, bu kodların filtresinden geçirilerek anlam kazanır. Mary Louise Pratt'ın (1992) dikkat çektiği üzere, “gözlemci-yazar, temsil ettiği öznenin epistemolojik üstünlüğünü yazı aracılığıyla üretir.” Bu üretim, çoğu zaman sessizdir, kendini belli etmez; ama tam da bu nedenle güçlüdür—çünkü anlatının içinden, fark edilmeden işler.

Tüm bu temsiller arasında Galata'nın ayrı bir yere sahip olduğu dikkat çekicidir. Galata, Batılı Hristiyanların yaşadığı bir “yerli Batı”dır; Doğu'nun ortasında bir Batı adacığı. Bu ayırım yalnızca coğrafi değil, aynı zamanda kültürel ve sınıfsaldır. Galata, düzenli ticaretin, kontrol altındaki nüfusun ve

Avrupalı alışkanlıkların mekânıdır. Oysa İstanbul, anlatıcının gözünde hem görkemli hem karmaşık hem uygar hem egzotik bir alan olarak kalır.

Bütün bu gözlemler, İstanbul'un yalnızca fiziksel bir kent değil, aynı zamanda bir anlamlar bütünü, bir temsiller alanı olduğunu gösterir. Saray, cami, hamam, dükkan ve hatta su kemeri; hepsi, anlatıcının söylemi içinde yeniden kurulur. Bu söylem, Batı'nın Doğu'yu yalnızca gördüğü gibi anlatmadığını, aynı zamanda ona yeni bir görüntü ve anlam verdiğini, diğer bir deyişle şekillendirdiğini ortaya koyar.

Chesneau'nun İstanbul'u, kültürel olarak çok katmanlı, söylemsel olarak şekillendirilmiş bir Doğu başkentidir. Burada temsil yalnızca bir betimleme biçimi değil; aynı zamanda bir iktidar ilişkisidir. Şehir, anlatıcının gözünden görünür hâle gelirken, aynı anda temsilin diliyle sınırlandırılır. Böylece anlatı, gözlem ile yorumun, gerçeklik ile tahayyülün, estetik ile ideolojinin kesişiminde inşa edilmiş olur.

Özellikle Türklerin inancına ilişkin gözlemlere yer verilen bölümde, İstanbul'un çok katmanlı kültürel ve sosyal yapısını temsil etmenin yanında, Osmanlı toplumu hakkında Batılı bir seyyahın nasıl bir bilgi üretimi gerçekleştirdiğini açık biçimde gösterilir. Chesneau'nun anlatısında din, kölelik, hayvanlar ve gündelik hayatın ilginç detayları yalnızca betimlenmez; aynı zamanda Batılı okuyucu için "anlamlandırılır." Bu anlamlandırma süreci ise, seyahatnamenin söylemsel gücünü belirleyen en kritik düzlemi oluşturur. Şehir, yalnızca bir yer değil, anlatıcının kimliğiyle biçimlenen ideolojik ve estetik bir metindir. Bu metin içinde dinî inançlar, insan bedeni, hayvanlar ve ticari nesneler, temsilin farklı kiplerinde yeniden yazılır.

Chesneau'nun İslam dini hakkında söyledikleri, doğrudan *oryantalist* söylemin klasik örneklerinden biridir. Hz. Muhammed'in kökeniyle ilgili "babası pagan, annesi Yahudi" gibi iddialar, peygamberin İslam'ı "Hristiyanlardan öğrendikleriyle yeni bir din icat ettiği" gibi bilgiler ve kutsal kitap Kur'an-ı Kerim hakkında dile getirilen ifadeler, açık biçimde hem aşağılayıcı hem de gayrimeşru gösterici bir üsluba sahiptir. Edward Said'in (1978) *Oryantalizm*'de vurguladığı gibi, "Doğu dinleri çoğu zaman Batı'da ya sapkınlıkla ya da taklitçilikle anılır; hakiki olan, yalnızca Batı'nın doğrusudur" (s. 63). Chesneau'nun anlatısında İslam, Batı dünyasında genel olarak kabul edildiği üzere Tanrısal bir hakikat değil, bir "kandırma", "düzenbazlık" ve "kurnazlık" ürünü olarak sunulur.

Bu söylem biçimi, sadece dini değil, toplumsal yapıyı da etkileyen güçlü bir temsil mekanizmasına dönüşür. Örneğin çok eşlilik, vaftize karşı bedensel temizlik, kadınların statüsü gibi detaylar, Batılı ahlak kodları üzerinden değerlendirilerek "aşırılık", "çılgınlık" ve "düzensizlik" imgeleriyle

damgalanır. Mary Louise Pratt'ın *transculturation* kuramı (1992), bu tür yazınlarda yazarın yalnızca bilgi aktarmadığını, aynı zamanda gözlemlediği kültürü kendi anlam haritasına göre yeniden yazdığını gösterir. Chesneau'nun ve dolayısıyla D'Aramon'un İslam'a bakışı da tam olarak bu türden bir yeniden yazım ve yeniden yorumlama pratiğidir.

Chesneau'nun İstanbul'daki köleler ve hayvanlar üzerinden yürütülen gözlemler, toplumun bedensel ve maddi yüzünü görünür kılan bir başka dikkate değer noktadır. Burada temsil, estetik değil, doğrudan pragmatiktir: bedenler, satın alınan, teşhir edilen, değerlendirilen nesnelerdir. Bedesten'deki köle satışı betimlemesi, insan bedeninin bir mal gibi görülmesini vurgulamakla kalmaz; aynı zamanda kadınların “bir at gibi” kontrol edilmesi, bakire olup olmadıklarının sorgulanması gibi detaylarla, Osmanlı toplumuna yönelik bir ahlaki yargıyı içerir. Bu, yalnızca fiziksel gözlemin değil, kültürel üstünlük iddiasının da ifadesidir. Batı'nın, Doğu toplumlarını “ahlaki açıdan yozlaşmış” olarak temsil etmesi, oryantalist metinlerde tekrar eden bir motiftir (Said, 1978, s. 115).

Hayvanlara dair bölümler ise, anlatıcının hayret, iğrenme, eğlence ve merak duygularını aynı anda içeren bir söylemle kaleme alınmıştır. Özellikle “Nil'den getirildiği söylenen” garip hayvan tanımı, anlatıcının doğaya yönelik oryantalist fantezisini açığa çıkarır. Michel Foucault'nun bilgi/iktidar ilişkisi kuramı bu noktada devreye girer: anlatıcı, hayvanı tanımlayarak ona anlam kazandırır; dolayısıyla “bilgi üretimi” yoluyla onun üzerindeki iktidarını kurar. Deniz danası olarak tanımlanamayan hayvan, anlatıcının estetik normlarına uymadığı için “çirkin” ve “pis kokulu” olarak sınıflandırılır. Aynı şekilde fillerle ilgili sahneler, Doğu'nun egzotik ve eğlenceli yüzünü Batılı okuyucuya sunarken, seyahatnamenin bir tür görsel panayır gibi işlemesine neden olur.

Burada temsildeki ikili strateji dikkat çekicidir: Doğu hem aşağılanır hem büyülenerek anlatılır. Bu, Said'in “çifte kodlama” adını verdiği oryantalist stratejinin özüdür: Doğu hem barbar hem gizemlidir; hem aşağı hem cazibeli. Fillerin terbiyesi, gösterileri, insan taklidi yapmaları, Batılı anlamda medeniyetle vahşilik arasındaki o dramatik karşıtlığı bulanıklaştırır. Filin altın düğmeli takkeleri yutması gibi anekdotlar, yalnızca mizahi değil, aynı zamanda bir “medeniyet çatışması” metaforu olarak da okunabilir: Doğu'nun hayvanı, Batı'nın düzenini çiğner.

Develer, mandalar gibi yük hayvanları ve Arapça ölçü birimleriyle aktarılan yük kapasiteleri ise, Osmanlı'nın o dönemki ekonomik yapısına dair gözlemlerin nesnelmiş gibi sunulduğu ancak özünde güçlü bir *dışsallaştırma* içerir. Pratt'ın belirttiği gibi, Batılı anlatıcı, Doğu'yu yalnızca anlatmaz; onu

işlevsel olarak çözümlemeye, sınıflandırmaya ve yeniden biçimlendirmeye çalışır (Pratt, 1992, s. 12). Develer ve fillerin davranışları bile, bu bakışın altında olduğundan farklı bir anlam kazanır.

Chesneau'nun İstanbul temsili, bu bağlamda sadece mekânsal bir temsil değildir. Aynı zamanda dinin, bedeninin, doğanın ve toplumsal düzenin Batılı bir bakışla yeniden yazıldığı söylemsel bir kurgudur. Burada temsil edilen, gerçek bir şehirden çok, Batı'nın kendi kültürel haritası içinde şekillendirdiği bir “Doğu İstanbul”udur. Bu İstanbul, hem hayranlık hem tiksinti, hem bilgi hem tahakküm, hem mizah hem ahlakî yargı gibi birbirine zıt kutupların aynı anda var olduğu bir temsil alanı hâline gelir.

Bu söylemsel yapı, seyahatnamenin ilerleyen bölümlerinde daha da karmaşılaşır. İktidarın ve eğlencenin temsili üzerinden Doğu imgesi de daha da belirginleşir. Anlatıcı, gözlemlediği her yeni ayrıntıda, temsilin sınırlarını biraz daha genişletecek ve İstanbul'u yalnızca bir mekân değil, bir anlatı evreni olarak yeniden kurmayı sürdürecektir.

Chesneau, *Büyük Türk'ün sarayında hayat ve devlet idaresi* başlığı altında Osmanlı'nın hem iç düzenini hem de toplumsal işleyişini kapsamlı bir biçimde yansıtır. Yazarın, yalnızca fiziksel bir mekânı betimlemekle kalmaz; aynı zamanda Osmanlı'daki iktidar yapısının, saray hayatının ve toplumsal organizasyonun Batılı bir anlatıcının temsil stratejileriyle nasıl yeniden kurgulandığını da ortaya koyar. Anlatının her parçası, şehrin hem estetik hem idari hem de ideolojik yapısına dair bir bakış geliştirirken, aynı zamanda Chesneau'nun Avrupa-merkezli söylem biçimlerine ne denli bağlı kaldığını da gösterir.

Sarayın iç işleyişiyle ilgili anlatı, Osmanlı toplumunun temel taşı olan *devşirme* sistemine dair önemli ayrıntılar içerir. Hristiyan tebaadan alınan çocukların eğitimi, saray hizmetine alınmaları, ardından sipahi veya komutan olarak yükselmeleri, anlatıcının gözünde hem bir yönetim mahareti hem de bir tür dönüşüm mekanizması olarak anlamlandırılır. Ancak bu süreç, aynı zamanda “ötekileştirme”nin bir parçasıdır. Hristiyan çocuklarının devşirilerek enderunda saray işleri için yetiştirilmesi, anlatıcı tarafından kültürel bir kayıp olarak yansıtılır Edward Said'in (1978) *Oryantalizm*'de vurguladığı gibi, Doğu toplumlarının bu tür sosyal yapıları, Batılı anlatıcılar tarafından ya despotik bir güç gösterisi ya da özne üzerindeki mutlak tahakküm olarak yorumlanır (s. 84). Chesneau da bu süreci hayranlıkla ama aynı zamanda kaygıyla aktarmaktadır.

Sarayda hazineye mutfağa, kadınlardan defterdarlara kadar işleyen güçlü bir hiyerarşi vardır. Yüzlerce yıllık bir gelenekten beslenen bu yapı, Osmanlı idaresinin karmaşık ve işlevsel doğasına dair kapsamlı bir bilgi verse de

aslında bir bakıma Batı'dan farklı, “öteki” bir düzenin varlığını da işaret eder. Burada Chesneau'nun dili, sistemli bir idari düzeni temsil etmekle birlikte, zaman zaman şaşkınlık ve mesafeye doludur. Michel Foucault'nun bilgi ve iktidar ilişkisini birlikte düşünme önerisi (1977), bu tür seyahatnamelerde gözlemin yalnızca kayıt tutma değil, aynı zamanda iktidarı temsil etme biçimi olarak kullanıldığını gösterir. Saray, yalnızca bir mimari yapı değil; aynı zamanda iktidarın düzen ve denetimle nasıl temsil edildiğine dair bir metin olarak şekillenir.

Divan toplantıları, kadıaskerlerin ve defterdarların görevleri, alt düzey memurların sayıları ve taşıdıkları sembolik nesneler (gümüş değnekler, yaldızlı bastonlar) Osmanlı'nın temsil siyasetine dair güçlü imgeler sunar. Bu detaylar, Chesneau'nun yalnızca gözlem yapmakla kalmayıp, aynı zamanda Osmanlı düzenini Batı okuyucusu için sistematize etmeye çalıştığını gösterir. Henri Lefebvre'in (1974) *Mekânın Üretimi* kuramı doğrultusunda, burada mekân yalnızca fiziksel değil; söylemsel ve işlevsel bir örgütlenme alanı olarak sunulmaktadır. Chesneau, gördüğü her işleyişi bir rasyonaliteye, her figürü bir hiyerarşiye yerleştirerek Osmanlı sistemini “okunabilir” hale getirir.

Yeniçeriler, solaklar, peykler, şahinciler ve sekbanlar gibi askerî birimlere dair aktarılanlar, Osmanlı ordusunun sadece büyüklüğünü değil, aynı zamanda disiplinini ve ayrıntılı örgütlenmesini de vurgular. Yazar bu yapıyı hayranlıkla ama mesafeli bir söylemle anlatması, Batılı seyahat yazınının çifte kodlamasını bir kez daha görünür kılar. Yine Mary Louise Pratt'ın (1992) *contact zone* kavramıyla açıklanabilecek bu durum, Batı'nın Doğu'yu hem “hayran olunacak kadar güçlü” hem de “yabancılaştırılacak kadar farklı” görmesinden kaynaklanır.

Acemioğlanları sistemine dair detaylar, yalnızca toplumsal yapının değil, aynı zamanda ekonomik ve ideolojik işleyişin de nasıl çalıştığını gösterir. Bu çocukların Hristiyan köylerinden toplanarak Müslümanlaştırılması, Chesneau tarafından kültürel bir tahakkümün simgesi olarak aktarılır. Fakat aynı zamanda bu sistem, Osmanlı'nın askerî ve bürokratik gücünün sürekli olarak yeniden üretildiği, yenilendiği ve genişlediği bir organizma olarak sunulur. Bu da anlatıcının Doğu'ya duyduğu hayranlık ve korkunun birleştiği bir temsildir.

Devletin taşra teşkilatına dair açıklamalar (Rumeli ve Anadolu Beylerbeyliği, sancaklar, kadılar, subaşılar) anlatıyı sadece merkezi yapıdan ibaret bırakmaz; aynı zamanda Osmanlı İmparatorluğu'nun coğrafi yayılımını ve idari derinliğini de ortaya koyar. Bu anlatılarla birlikte İstanbul, artık yalnızca bir şehir değil; bir imparatorluğun merkezi olarak anlam kazanır. İdare yapısındaki bu geniş ağ, Chesneau'nun Osmanlı'yı yalnızca “egzotik”

bir güç olarak değil, aynı zamanda “modern” bir sistem olarak da değerlendirmesine yol açar.

Adaletin nasıl işlediğine dair verilen örnekler —örneğin gece bekçisinin korkutuculuğu veya suçluların bulunamaması hâlinde komşuların cezalandırılması gibi uygulamalar— Doğu’nun adalet anlayışına dair hem hayranlık hem kuşku içeren bir temsil yaratır. Batılı adalet sistemiyle kıyaslandığında, bu uygulamalar anlatıcının zihninde hem sertlik hem de etkili düzen imgeleriyle bir araya gelir. Anlatıcının “Paris’in gözetleme amirinden daha korkutucu” diyerek betimlediği gece bekçisi, Doğu’nun düzenini Batı’nın karmaşası karşısında idealize eden bir figür olarak işlev görür.

Anlatının sonunda, Portekizli Yahudi Jehan Micquez’in İstanbul’a gelişi ve Müslüman olmak için sünnet olması, kültürel sınırların geçişkenliğini gösterdiği kadar, bu sınırların ideolojik anlamlarını da açığa çıkarır. Dinden devlete, toplumsal sınıflardan bürokratik düzene kadar her unsur, seyahatnamenin temsil mantığı içinde anlamlandırılır. Ve her temsil, anlatıcının konumundan, kimliğinden ve ait olduğu kültürel paradigmalardan bağımsız değildir.

Chesneau’nun İstanbul’daki saray hayatına ve devlet işleyişine dair sunduğu bu ayrıntılı panorama, yalnızca bir gözlemin değil; Batı’nın Doğu’ya dair bilgi üretiminin ve söylem kurma arzusunun da ürünüdür.

D’Aramon seyahatnamesinde sergilenen soytarı gösterileri, İstanbul’un fiziksel ve toplumsal mekanı içine yerleşen bir arenanın ötesinde, temsili bir sahne olarak işlev görür. Gözlemci, bu gösteriler aracılığıyla Osmanlı’nın canlı bir tiyatro sahnesi oluşturduğunu, aynı zamanda gücün, maharetin ve fiziksel ustalığın Batılı algıya nasıl sunulduğunu detaylarıyla aktarır. Anlatıcı, performanslar sırasında sergilenen bireysel ve toplu güç gösterilerini detaylandırarak; oryantalist söylemin, Doğu’nun vahşi, kontrolsüz ve aynı zamanda büyüleyici öğelerini ortaya koymasını sağlar. Edward Said’in *Oryantalizm*’inde vurguladığı gibi, “Batı, Doğu’yu romantize ederken, ona belirli sınırlar ve ikili zıtlıklar yükler” (Said, 1978, s. 58). Bu göstergeler de, Türk soytarılarının fiziksel performanslarının ötekiyi hem aşağılamak hem de mistik bir güç olarak gözler önüne sermek suretiyle, Batı’nın ötekileştirme stratejisini yansıtır.

Gösterilerde, kişinin vücut gücünün ötesinde, sergilenen ustalık, yetenek ve dramatiklik öge olarak ön plana çıkar. Anlatılan ilk performansta, soytarı benzeri figürün yay çekişi, ağırlıkları kıpırdatmadan ok atabilme gücü, anlatıcının gözünden hem hayranlık uyandırır hem de “ötekinin” güç aşımını vurgular. Bu tür eylemler, Michel de Certeau’nun “mekânın yazı yoluyla yeniden üretilmesi” yaklaşımını andırır; burada sahne, sadece fiziksel bir

alandan ibaret kalmaz, aynı zamanda ideolojik ve sembolik bir alan haline gelir. Gösterinin incelikle aktarılması, batılı gözlemcinin Doğu'nun heyecan verici ama asla tam olarak kavranamayacak olan “gücüne” dair sürekli bir merak ve tahammülsüzlük oluşturduğunu ortaya koyar.

Devamında, farklı performanslar arasında yer alan karşılaştırmalar – örneğin, bir soytarı tarafından gerçekleştirilen güç gösterilerinin, bir başkasının daha da etkileyici fiziksel atılımlarına zemin hazırlaması – anlatıcının yüksek bir estetik standart ve askeri disiplin beklentisiyle şekillenen temsil stratejisinin ipuçlarını verir. Bu anlatım, Pratt'ın belirttiği “kontakt alanında, ötekiyi yeniden sınıflandırma” çabasına paralel olarak, fiziksel performansları hem normatif hem de altüst edici örnekler olarak sunar (Pratt, 1992, s. 12).

Bir diğer dikkat çeken nokta, Acem veya Tatar kökenli soytarı figürlerinin sergilediği güç oyunları ise, yalnızca bireysel yetenek ve meydan okuma değil; aynı zamanda Batı'nın Doğu'yu, eğlence kültürü ve güç gösterilerinin aracıyla nasıl tanımladığına dair kapsamlı bir söylem üretir. Performanslar, burada vücut politikaları, iktidarın fiziksel yansımaları ve hegemonik normların sürekli yeniden üretilmesi olarak okunabilir. Bu bağlamda, soytarı gösterilerinin arasında yer alan dramatik ve bazen şok edici eylemler, anlatıcının ötekileştirici söylemini pekiştirirken, aynı zamanda izleyiciye “güç” ve “zayıflık” arasındaki ince çizgiyi sorgulattığı bir görsel panayır sunar.

Bu bağlamda Chesneau'nun soytarı performanslarına dair ayrıntılı betimlemeleri, İstanbul'un temsil evreninde yalnızca bir eğlence unsuru değil; aynı zamanda Batı'nın Doğu'ya yönelik karmaşık söylem stratejilerinin, güç gösterilerinin ve kültürel ötekileştirmenin bir yansıması olarak ortaya konur. Bu performanslar hem bireysel gücün hem de toplumsal düzenin simgesel ifadesi niteliğinde olup, takip eden bölümlerde ele alınacak “Büyük Türk'ün Sarayında Hayat ve Devlet İdaresi” ile bütünleşen, çok katmanlı bir anlatı evrenine hizmet eder.

## Sonuç

D'Aramon seyahatnamesi, yalnızca Osmanlı İmparatorluğu'nun siyasi ve kültürel yapısını betimlemez; aynı zamanda 16. yüzyıl Batı Avrupası'nın Doğu tasavvurunun temsiller yoluyla nasıl üretildiğini de yansıtır. Chesneau İstanbul'u, bir şehri anlatmaktan çok belirli kültürel kalıplara sokmaya çalışır. Bu çaba sonucunda İstanbul yeniden inşa edilen bir söylem alanına dönüşür. Bu bakımdan seyahatname, yalnızca tarihsel bir belge değildir. Aynı zamanda kültürel bir kurgusal metin olarak da değerlendirilmelidir. Seyahatnamenin

merkezinde bulunan şehir, bir yandan mimari ihtişamıyla hayranlık uyandırır. Diğer taraftan toplumsal yapısıyla dikkat çekici bir doğu kendine dönüştürülür. Chesneau'nun gözünde Ayasofya gibi yapılar, Batı'nın geçmişine ait bir mirasın Doğu'daki yankısı olarak görünürken; köle pazarı, eğlence kültürü veya dini pratikler, Doğu'nun "öteki"liğini yeniden üretmek üzere temsil edilir. Bu temsil, Edward Said'in belirttiği gibi, bir üstünlük söyleminin parçasıdır: Doğu, Batı'nın söylemi aracılığıyla anlamlandırılır, çerçevelenir ve böylece bilgiye dönüştürülerek denetim altına alınır (Said, 1978).

Chesneau'nun metni, mekânı yalnızca tarif etmekle kalmaz; aynı zamanda söylemsel olarak düzenler. Saraylar, hamamlar, camiler, bedestenler, limanlar ve divanlar, yalnızca fiziksel alanlar değil; aynı zamanda bir güç ve işleyiş düzeninin göstergeleridir. Bu düzenin yazı yoluyla aktarımı, Michel de Certeau'nun (1984) ifade ettiği biçimiyle "mekânın yazınsal üretimi"ni gerçekleştirir. Anlatıcı, Osmanlı kentini ve siyasal yapısını bir harita gibi çizerken, onu Batı'nın anlayabileceği terimlerle kodlar: işlev, hiyerarşi, ritüel, estetik ve disiplin. Bu da metnin yalnızca bir gözlem değil, bir temsil faaliyeti olduğunu ortaya koyar.

Seyahatname boyunca, temsiliyetin çeşitli düzlemleri izlenebilir. İstanbul'un fiziksel mimarisi ile siyasi organizasyonu, gündelik yaşam ile eğlence kültürü, dini pratikler ile bedeninin sergilenişi, birbirinden ayrılmaz biçimde iç içe geçmiştir. Bu çok katmanlı temsil, Mary Louise Pratt'ın (1992) *contact zone* kavramıyla açıklanabilir: D'Aramon seyahatnamesi, kültürel temasın ve aynı zamanda hiyerarşik bakışın bir ürünüdür. Bu metinde "ben" anlatıcısı, yalnızca tanık değil; yorumlayıcı, sınıflandırıcı ve yeniden yazıcıdır.

Bununla birlikte metin, zaman zaman çelişkili söylemleri de içinde barındırır. İstanbul, bir yandan olağanüstü düzeni, güvenliği ve işleyişiyle takdir edilirken; diğer yandan soytarı gösterilerinde, dinî eleştirilerde ya da köle pazarında Batılı ahlakın sınavına sokulur. Bu çelişkili temsil, Batılı bakışın Doğu karşısındaki ikircikli konumunu yansıtır: hayranlık ile mesafe, özenme ile küçümseme, bilgiyle tahakküm iç içedir.

D'Aramon seyahatnamesi, Kanuni Sultan Süleyman dönemi İstanbul'unu betimleyen bir gözlem metninden çok, Batılı bir anlatıcının Doğu'yu anlamlandırma ve temsil etme çabasının metinsel izdüşümüdür. Metin, hem tarihsel hem söylemsel bir belgedir; yazıldığı bağlamı kadar okunduğu bağlamı da temsil eder. Bugün bu metni okumak, yalnızca Osmanlı toplumuna dair bir bilgi edinmek değil; aynı zamanda Batı'nın Doğu'ya dair bilgi

retimini, iktidar ilişkilerini ve temsil stratejilerini çözümlemek anlamına gelir.

Bu erevede, Monsieur d'Aramon seyahatnamesi, İstanbul'un bir Batılı gözünden görülen çok katmanlı temsiline dair değerli bir örnektir. Gelecekte bu metnin Chardin, Montagu, Tavernier gibi seyyahların seyahatnameleriyle metinlerarası karşılaştırmalarla ve çoklu disipliner yaklaşımlarla değerlendirilmesi, hem Osmanlı'nın Batı'daki temsiline hem de seyahat yazınının tarihine dair yeni kapılar açacaktır.

### **Kaynaklar**

- Chesneau, J. (2012). *D'Aramon Seyahatnamesi: Kanuni Devrinde İstanbul-Anadolu-Mezopotamya* (İ. Erverdi, Çev.). Dergâh Yayınları.
- Lady Mary Wortley Montagu. (1994). *The Turkish Embassy Letters* (A. Halsband, Ed.). Virago Press.
- Tavernier, J.-B. (1676/2006). *The Six Voyages of Jean-Baptiste Tavernier* (V. Ball, Trans.). Kessinger Publishing.
- Chardin, J. (1999). *Voyages en Perse et autres lieux de l'Orient* (Collection complète). Fayard.
- Marco Polo. (2001). *The Travels* (R. Latham, Trans.). Penguin Classics.
- Certeau, M. de. (1984). *The Practice of Everyday Life* (S. Rendall, Trans.). University of California Press.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison* (A. Sheridan, Trans.). Pantheon Books.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell.
- Pratt, M. L. (1992). *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. Routledge.
- Said, E. W. (1978). *Orientalism*. Pantheon Books.
- İnalçık, H. (1973). *The Ottoman Empire: The Classical Age 1300–1600*. Praeger.

# Bölüm 19

## Küresel Riskler ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin Ulaşılabilirliği

Emel YILDIZ <sup>1</sup>

### Giriş

2015 Yılında, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde 193 ülke tüm dünyada yoksulluğun azaltılması, sosyo-kültürel değerlerin korunması, çevresel zararların engellenmesi ve refahın artarak her kesime ulaşması bağlamında belirledikleri hedeflere imza atmışlardır. “*Kimseyi geride bırakmama*” misyonu ile 17 ana başlıkta, toplam 169 hedeften oluşan bu Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ekonomi, çevre ve sosyal alanlarda çok daha yaşanılabilir, huzurlu, refah bir dünyayı odağına almıştır.

Neredeyse tüm dünya liderlerinin onay verdikleri bu sözleşme, olumlu birçok gelişmeye kaynak olmaktadır. “*Yeşil ekonomi*”, “*mavi ekonomi*” gibi kavramlarla çevreye duyarlı üretim kalıplarının daha çok tercih ediliyor olması yanında pek çok konferans, akademik çalışma ve etkinlikte sürdürülebilir kalkınma vurgusu yapılıyor olması gibi umut verici gelişmeler ve somut başarılar elde edilmektedir. Ancak yaşanan iyileşmelere karşılık, küresel eşitsizliklerin sürmesi, savaşların yaşanıyor olması, insanların zorunlu sebeplerle göçler yaşaması, insan faaliyetlerinden kaynaklı olduğu kabul edilen iklim değişikliği gibi risklerin daha sıklıkla gündeme gelmesi ve benzer koşullar sürdürülebilirlik alanındaki kararlılığın sorgulanmasına yol açmaktadır.

Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayınlanan 2024-2025 Küresel Riskler Algı Anketi sonuçlarını yansıtan 2025 Küresel Riskler Raporu sosyal, ekonomik, çevresel, jeopolitik ve teknolojik alanlarda zorlukların arttığını, buna karşılık iyimserliğin azaldığını ortaya koymaktadır.

2 Yıl içinde algılanan riskler sırasıyla; yanlış bilgilendirme ve dezenformasyon, olağanüstü hava olayları, devlet temelli silahlı çatışma, toplumsal kutuplaşma, siber casusluk ve savaş, kirlilik, eşitsizlik, zorunlu göç ya da yerinden etme, jeoekonomik çatışma, insan hakları ve sivil özgürlüklerin

<sup>1</sup> Doç.Dr., Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Orcid ID: 000-0002-6951-4195

düşüşü olarak belirlenmiştir. 2 Yıl ile 10 yıllık kısa ve uzun vadeli küresel riskler sıralaması ise; olağanüstü hava olayları, biyoçeşitlilik ve ekosistemlerin bozulması, Dünya sistemlerinin kritik değişimi, doğal kaynakların yetersizliği, yanlış bilgilendirme ve dezenformasyon, yapay zekâ teknolojilerinin olumsuz sonuçları, eşitsizlik, toplumsal kutuplaşma, siber casusluk ve savaş, kirlilik (World Economic Forum Global Risks Perception Survey 2024-2025) olarak ifade edilmiştir.

Uluslararası düzeyde, geniş katılımı ile alınan kararlara karşılık çözüm sürecinde gerekli ve yeterli kararlılığın gösterilmemesi bir yandan küresel eşitsizlikleri derinleştirip, daha çok kişiyi dezavantajlı duruma çekerken, yoksulluğu derinleştirmektedir. Diğer yandan uluslararası anlaşmalara duyulan güven de zedelenmektedir.

### 1. Küresel Riskler

Dünya Ekonomik Forumu, Küresel Risk Algısı Anketi 2024-2025 sonuçlarını derlediği Küresel Riskler Raporu'nda;

- Soğuk Savaş'tan bu yana en sıkıntılı günlerin yaşandığı,
- Yakın zamana kadar risk olarak görülmeyen ülkeler arası gerginliklerin %26'lık bir oranla ilk sırada yer aldığı ve artık maddi tehdit oluşturduğu,
- On yıla yakın bir zaman diliminin “kasvetli” olarak ifade edildiği, katılımcıların %62'sinin bu zaman diliminin çalkantılı ve fırtınalı geçeceği yönünde kötümser olduğu,
- Aşırı hava olaylarının %14 ile ikinci kaygı verici risk olarak algılandığı, Dünya'da kaydedilen en sıcak yıl olan 2024'ten sonra, sigorta şirketlerinin de artan sorumluluğuyla beraber iklim değişikliği ile mücadelenin öneminin arttığı,
- Yaşanan kirliliğin, biyoçeşitliliği azalttığı ve ekosisteme çok büyük zarar verdiği yönünde kaygıların on yıllık perspektifte ilk sıralarda olmak üzere öne çıktığı belirtilmektedir.
- Yanlış bilgi ve dezenformasyon, yapay zekânın olumsuz sonuçları, siber casusluk ve siber savaş da teknolojik gelişmelere kaygıyla yaklaşıldığını ortaya koyan risklerdendir.
- Rusya-Ukrayna, Sudan ve Orta Doğu'da yaşanan gerginlikler ve beraberinde biyolojik, kimyasal ve nükleer silah kullanımına ilişkin kaygılar önceki yıllara göre artmaktadır.

Dünya üzerinde yapılan uluslararası toplantılar, anlaşmalar, vadedilen dünya barışı ve refahın adil paylaşımı gibi hedeflere karşılık savaşlar, gelir adaletsizliği,

siyasi belirsizlikler vb. nedenler kaygıları arttırmaktadır. Bu kaygılar her türlü olumlu gelişmeye karşılık, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri gibi küresel amaçlara ulaşabilmenin zorluğunu gündeme getirmektedir.

## **2.Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri**

Sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk kez, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) tarafından 1987 yılında yayınlanan Ortak Geleceğimiz: Brundtland Raporu'nda *“Gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin günümüz kuşaklarının ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir kalkınma modeli”* ifadesiyle tanımlanmıştır.

Kalkınma Programı 1994 yılında İnsani Kalkınma Raporunda *“Sürdürülebilir İnsani Kalkınma”* kavramını kullanmıştır. Temel İhtiyaçlar Yaklaşımı olarak ifade edilen bu yaklaşımda yoksulluğun giderilmesi için eğitim, sağlık, beslenme gibi hizmetlerin ve yatırımların öncelikle dezavantajlı gruplara yönlendirilmesi amaçlanmıştır. Yoksullukla mücadele için istihdam olanaklarının yaratılması, gelirlerinin artmasına yönelik politikalar önerilmiştir (Yıldız, 2024:87). Kalkınma kavramının çevre, doğal kaynaklar ve toplumsal konular gibi çok daha geniş boyutlarla ele alınması gereği, sürdürülebilir kalkınma yaklaşımını getirmiştir. Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı çevresel, ekonomik ve sosyal boyutların tamamını dikkate almaktadır. Böylece uzun vadeli bakış açısıyla ekonomik kârlılığın yanı sıra sosyal fayda, çevresel koruma ve geliştirme anlayışı kalkınma sürecine yön vermektedir.

Birleşmiş Milletler üye ülkelerinin insan odaklı bir yaklaşımla gerçekleştirdiği zirvede insan hakları, çevre sorunları, dezavantajlı grupların korunması gibi amaçlarla, 2015 yılına kadar gerçekleştirilmesi planlanan Bin Yıl Kalkınma Hedefleri benimsenmiştir (UN;2015):

1. Aşırı yoksulluğu ve açlığı ortadan kaldırmak,
2. Dünya çapında herkesin temel eğitim seviyesine (ilkokul) ulaşmasını sağlamak,
3. Cinsiyet eşitliğini desteklemek ve kadınları güçlendirmek,
4. Çocuk ölüm oranını azaltmak,
5. Anne sağlığını iyileştirmek,
6. HIV / AIDS, sıtma ve diğer hastalıklarla mücadele etmek,
7. Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması,
8. Kalkınma için küresel bir ortaklık geliştirmek.

Bu hedefler yanında somut ölçütler belirlenmiş, önemli çalışmalar yapılmış ve önemli iyileşmeler sağlanmıştır. Örneğin 2000 yılında 100 milyon olan okulsuz çocuk sayısı, 2015 yılında 57 milyona düşmüştür. Sahra-altı Afrika'da

temel eğitime kayıt oranında %20’lik bir artış gerçekleşmiştir. 2000 yılında 12,7 milyon olan beş yaşından küçük çocuklardaki ölüm sayısı, 2015 yılında 6 milyona düşmüştür.

2012’de yine Rio de Janeiro’da Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı düzenlenmiştir. “İstediğimiz Gelecek” başlığıyla hazırlanan bildiride Bin Yıl Kalkınma Hedefleri, genişletilerek “Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri” başlığıyla 2015 yılından 2030’a kadar gerçekleştirilmesi amaçlanan niyetler olarak belirlenmiştir.

Şekil 1: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri



Birleşmiş Milletler, yoksulluğun sona erdirilmesi, çevrenin korunması, iklim krizine karşı önlem alınması, refahın adil paylaşımı ve barış amaçlarıyla Şekil 1’de görülen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) olarak belirlediği ilkeleri birçok politika ve eylemin temeline koymaktadır.

Bu hedeflerin neredeyse tüm ülkeler nezdinde kabulüne karşılık, küresel riskler dünya nüfusu üzerinde, bugünü ve geleceği de içine alacak biçimde kaygı yaratmaktadır. Gelir dağılımı başta olmak üzere eşitsizlikler, yoksulluk, iklim değişikliği, gıda güvenliği gibi küresel riskler kalkınma kazanımlarını tehdit etmekte olup, SKH’ne ulaşılmasını zorlaştırmaktadır.

### 3. Küresel Riskler ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

Birinci Sanayi Devrimi ile küresel çapta artan üretim ve gelir düzeyine karşılık, gelir dağılımında eşitsizlikler de derinleşmektedir. Yoksulluk, gelecek nesillere miras bırakılırken aynı zamanda kısır bir döngü de oluşturmaktadır. Yoksulluk kısır döngüsü kadınlar gibi dez avantajlı grupları ve çocuklarını gelirin yanı sıra eğitim, gıda güvenliği ve teknolojik gelişmeler gibi birçok alanda da zayıflatıcı etkiler yaratmaktadır. Tüm bu ilişkiler küresel çapta riskler oluşturarak, SKH 'inin ulaşılabilirliğine zarar vermektedir.

#### 3.1.Gelir Eşitsizliği ve Yoksulluk:

1 Numaralı SKH *yoksulluğa son*, günde 1,25 \$'dan az bir gelirle geçinenleri ifade eden aşırı yoksulluğun 2030' a kadar küresel boyutta, bitirilmiş olmasını, ulusal tanımlardaki yoksulların en azından yarıya indirilmesini, herkes için uygun sosyal koruma sistem ve önlemlerinin uygulamaya geçirilmesini, yoksul ve kırılgan kişiler için koruma sağlanmasını kapsamaktadır.

Uluslararası insani yardım kuruluşu OXFAM tarafından hazırlanan rapora göre, 2024 yılında dünya genelinde milyarderlerin serveti bir önceki yıl 2 trilyon \$ artmıştır, bu artış 2023'e göre üç kat daha hızlı seyretmiştir. Diğer taraftan Dünya Bankası'nın tespit ettiği günlük 6,85 \$'lık yoksulluk sınırının altında yaşayan kişi sayısı 1990'dan bu yana neredeyse değişmemiş olup, halen dünya nüfusunun %44'üne denk gelen 3,6 milyar kişiyi ifade etmektedir. Her 10 kadından birinin aşırı yoksullukta (günlük 2,15 \$'ın altında) olduğunu ve bu durumun, 24,3 milyon daha fazla kadının, erkeklere kıyasla aşırı yoksulluk çektiği anlamına geldiğini ifade ettiği de raporda yer almaktadır. OXFAM yoksulluğun azaltılması konusundaki ilerlemenin durma noktasına geldiğine ve eşitsizliğin azaltılması durumunda aşırı yoksulluğun üç kat daha hızlı sona erdirilebileceğine de vurgu yapmaktadır.

Küresel zenginlik, 5.SKH Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve 10.SKH Eşitsizliklerin Azaltılması hedeflerinin aksine belli kişilerde ve erkeklerde toplanmaktadır. Jeff Bezos, Elon Musk, Mark Zuckerberg gibi milyarderler servetlerindeki artışın büyük kısmını küresel borsalardaki hisse değerlerindeki yükselişten, emlak değerlerindeki artışlardan ve konut yatırımları gibi alanlardan elde etmektedirler. Bir başka ifadeyle elde edilen bu kazançların kaynağı reel sektör değildir. Dolayısıyla elde edilen bu servet somut üretim, gelir akımı ve istihdam ilişkilerini yansıtan bir ekonomik çerçeveye dayanmamaktadır.

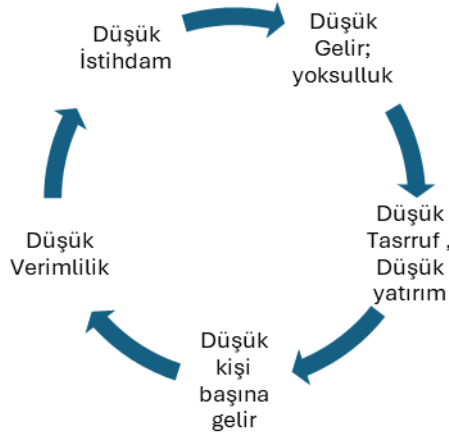
Dünya Bankası'nın "2024 Yoksulluk, Refah ve Gezegen Raporu" küresel yoksulluk, gelir eşitsizliği ve iklim değişikliğinin birbirlerini destekleyen ilişkilerine dikkat çekmektedir. Ayrıca, pandemi sonrasında dezavantajlı gruplar aleyhine yoksulluğun ve gelir adaletsizliğinin derinleştiğine, eşitsizlikler

arasındaki makasın daha da açıldığına diğer taraftan yoksullukla mücadele çabalarının yavaşladığına vurgu yapılmaktadır.

2013-2019 Yılları arasında küresel nüfusta 150 milyon insanın yoksulluktan çıktığı ifade edilmiş olmakla beraber, 2024 ile 2030 yılları arasında yalnızca 69 milyon insanın aşırı yoksulluktan kurtulması beklenmektedir. 2024 Yılı itibariyle 692 milyon insan yani dünya nüfusunun %8,5'i aşırı yoksulluk içinde günlük 2,15 \$'ın altında bir gelirle yaşam mücadelesi vermektedir (WB,2024).

Kalkınma ekonomisinin öncülerinden olan Estonyalı-Amerikalı iktisatçı Ragnar Nurkse (1907-1959) “*Fakir ülkeler, fakir oldukları için fakirdir*” şeklinde bir açıklamayla “*Yoksulluk Kısır Döngüsü*” olarak bilinen tezi ortaya koymuştur. Nurkse, bir ekonomide düşük gelirin sırasıyla düşük tasarruflara, düşük yatırımlara, düşük verimliliğe ve dolayısıyla yine başlangıç noktası olan düşük gelire yol açtığını savunmuştur (Nurkse, 1952: 571-583). Bu açıklamalara göre fakir ülkeler için fakir olmaları hem neden hem sonuçtur.

**Şekil 2: Yoksulluk Kısır Döngüsü**



**Kaynak:** Nurkse, R. (1953) Problems of Capital Formation in Underdeveloped Countries. Oxford: Oxford University Press.

Yoksulluk kısır döngüsünün kırılması için, gelişmekte olan ülkelerde, ulusal kaynaklarını ve ihtiyaçlarını gözetecek biçimde üretim yapılarının güçlendirilmesine yönelik politikalar desteklenmelidir. Yoksulluk, sosyal dışlanmaya yol açmakta ve belli kesimlerde yoksulluğu derinleştirerek, kalıcı hale getirmektedir.

Küresel çapta servet dağılımı da ülkeler düzeyinde gelir eşitsizliğini derinleştiren bir diğer faktördür. IMF ve diğer ekonomik kurumlar tarafından yapılan araştırmalar, zenginlerin yatırımlarından daha yüksek getiriler elde

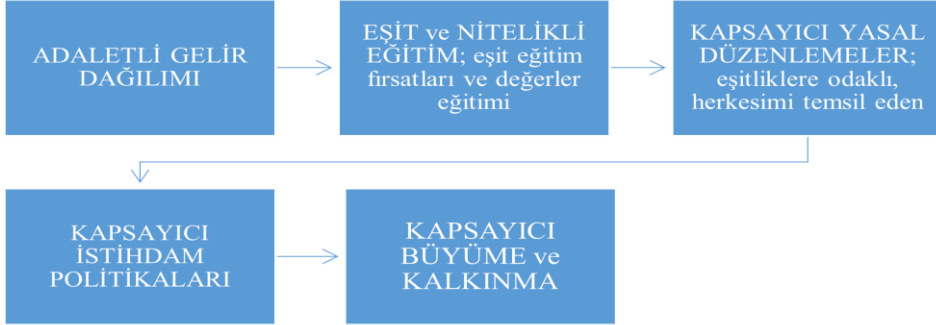
ettiğini göstermektedir. Norveç’te yapılan bir çalışmada, en zengin %0,1’lik dilimde yer alan bireylerin, yatırımlarından ortalama %140 getiri sağlarken, daha alt gelir gruplarındaki insanların aynı yatırımdan yalnızca %50 getiri elde ettiğini ortaya koymaktadır. Bu da zenginlerin servetlerini daha hızlı artırmalarına olanak tanıyan “*servet serveti doğurur*” olgusunu ortaya koymaktadır (IMF, 2020). Bu sonuçlar artan zenginliğin geniş kesimleri kapsamayıp, dışladığını ortaya koymaktadır.

Kapsayıcı büyüme; sürdürülebilir, yüksek oranlı ve sadece yoksulları değil toplumun bütününün hedef alan, kaynakların ve bunların önündeki engellerin analizini içermektedir. Kapsayıcı büyüme için geliştirilen politikalar, sürdürülebilir büyüme için geliştirilen çoğu kamu stratejisinin de önemli bir bileşenidir.

Kapsayıcı büyüme, yoksulların kişi başına geliri mutlak rakam olarak yükseldiğinde, yoksuldan yana yani kapsayıcı büyüme olarak nitelendirildiği şeklinde mutlak olarak tanımlanmaktadır. Yalnızca fakirlerin ortalama geliri, toplumun ortalama gelirinden yüzde olarak daha fazla arttığı zaman büyüme yoksuldan yana, yani kapsayıcı olarak kabul edilmektedir, şeklinde de göreceli olarak tanımlanmaktadır (Anand vd., 2013:4)

Gelir eşitsizliği ve yoksulluğun çözümü için, Şekil 3’te görüldüğü üzere daha geniş ve daha adil istihdam olanaklarını destekleyen, refahı adil paylaştıran kapsayıcı politikaların uygulanması önem taşımaktadır. Dezavantajlı gruplara öncelik veren, dezavantajları gidermeye yönelik politikaların küresel çapta iş birliği ile gündeme samimi biçimde alınması önem taşımaktadır. Geride kalmış olanların refahını arttırmaya yönelik politikaların uygulanması ve hiç kimsenin geride bırakılmaması temel hedef olmalıdır. Bu politikaların başarı ölçüsünün GSYİH gibi parasal bir veriyle değerlendirilmesi yerine, yoksulluğun ve dezavantajlılığın azalması gibi somut sonuçlarla ele alınması çok daha sağlıklı olacaktır.

### Şekil 3: Eşitsizliklerle Mücadele İçin Kapsayıcı Büyüme



Küresel boyutta SKH gerçekleştirmelerinde en üst sıralarda Avrupa ülkeleri olmakla beraber, Avrupa vatandaşları da Dünya Mutluluk Raporu'nda vurgulandığı üzere yüksek düzeyde öznel refaha sahip olduklarını bildirmektedir (Helliwell at all., 2024:5-6). Bu sonuçlar genel bir tabloyu yansıtmakla beraber, Avrupa ülkeleri arasında da dengesizlikler vardır ve sürdürülebilir kalkınmanın birçok boyutu 2015'ten ve hatta 2020'den bu yana kayda değer bir ilerleme göstermemiştir. Demografik, ekonomik, teknolojik ve jeopolitik zorluklar küresel düzeyde olduğu gibi, Avrupa'da da SKH eğilimlerinin geleceği konusunda belirsizlikler yaratmaktadır.

Gelir dağılımı ve servet eşitsizlikleri eğitim, istihdam, beslenme, insan hakları ve güvenlik gibi birçok konuda ulusal ve uluslararası düzeylerde olmak üzere refahı ve istikrarı tehdit eden sonuçlar da yaratmaktadır.

### 3.2. Cinsiyet Eşitsizliği

Birleşmiş Milletler tarafından 1948 yılında kabul edilen İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin 1. ve 2. maddesi “*Bütün insanlar özgür, onur ve haklar bakımından eşit doğarlar*” ve “*Herkes, ırk, renk, cinsiyet, dil, din, siyasi veya diğer herhangi bir akide, milli veya içtimai menşe, servet, doğuş veya herhangi diğer bir fark gözetilmeksizin işbu Beyannamede ilan olunan tekmil haklardan ve bütün hürriyetlerden istifade edebilir*” ifadelerine yer verilmiştir. Bu yönüyle cinsiyet eşitliği en temel insan haklarının başında yer almaktadır.

Toplumsal cinsiyet kavramını 1968 yılında ilk kez kullanan Robert Stoller, toplumsal cinsiyeti kültürel ve psikolojik bir yaklaşımla ele almıştır. Bu kavramın içeriği, toplumsal değer yargılarıyla belirlenmektedir (Stoller, 1968: 9). Ülkelerin kadın ve erkek bireyleri arasında toplumsal cinsiyet eşitliğinin kültürel,

eğitim, sağlık, siyasi katılım, çalışma yaşamı ve ekonomik alanlarda sağlanamaması kalkınma kazanımlarını zayıflatmaktadır.

Kalkınma sürecinde elde edilen refahın artması, toplumsal cinsiyet eşitliği düzeyinde adil bir yaklaşımla mümkün olabilmektedir. 100 Puan üzerinden yapılan 2024 yılı Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Endeksi'ne göre 82 puanla İsveç ve 71 puanla Avrupa Birliği en iyi durumda olan ülkelerin başında yer almaktadır. Avrupa Birliği 2010 yılından itibaren, on dört yıl içinde puanını 7,9 puan arttırmış olsa da Birlik içinde tam eşitlik sağlanmış değildir. Diğer taraftan AB, *Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi 5-Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini Sağlamak, Kadınlar ve Kız Çocuklarını Güçlendirmek* amacıyla özel bir çaba sarf etmektedir. 2020-2025 AB Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Stratejisi çerçevesinde; cinsiyete dayalı ön yargıları kırmak ve şiddeti önlemek, eşit bir ekonomi ve eşit liderlik fırsatları öncelikli olarak gözetilmektedir ve bu yaklaşımın uluslararası düzeyde yayılımı hedeflenmektedir (GEI,2024).

Yeni Zelandalı kadın Milletvekili Marilyn Waring 1988 yılında, GSYH hesaplarının kadınların ev içi emeğinin, ulusal üretimin devamlılığına sağladığı katkının göz ardı edildiğini ifade etmiştir. (Abbot vd., 2012: 310-311). Kadınların ücretsiz aile işçisi olarak hane içi yaptıkları iş, ücretlendirilmeden ve görülmeden ekonomiye katkı sağlamaktadır. Bu konu ekonomik boyut taşıdığı kadar, kadının sosyal ve siyasal hayata aktif katılımı açısından da olumsuz sonuçlara yol açmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması salt kadınların meselesi olmaktan çok öte bir konudur. Dışlanan kadınla bireysel gelir, statü ve refah kayıplarının yanı sıra çocuklarının ve gelecek kuşakların dolayısıyla ulusal kalkınmanın zararına sonuçlar yaratmaktadır. Dolayısıyla kadınların ve kız çocuklarının, ekonomik ve sosyal hayata adil koşullarda ve dezavantajları giderilerek katılımlarının sağlanması önceliklendirilmelidir.

### 3.3. İklim Değişikliği

2011-2020 Yılları arasında insan faaliyetleri kaynaklı sera gazları salınımları, küresel yüzey sıcaklığının 1,1<sup>0</sup>C 'nin üzerinde artmasına yol açmıştır. Sıcaklıktaki bu artış enerji ve arazi kullanımı, üretim ve tüketim kalıpları bağlamında değişen yaşam tarzları ile aynı zamanda eşitsizliklerin de artmasına neden olmuştur. Bu eşitsizlikler hem ülkeler arasında hem de ülke içinde bireyler arasında giderek artmakla beraber, pek çok açıdan güven sorunu da oluşturmaktadır (IPCC, 2023:4).

İklim değişikliği tüm dünyayı ekolojik, ekonomik, kültürel, sağlık ve güvenlik gibi birçok alanda tehdit etmektedir. İklim değişikliğinin etkileri küresel boyutta olsa da yoksullar ve kadınlar gibi bazı kesimler için bu etkilerin daha olumsuz olduğu bilinmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerde kadınlar daha çok tarım sektöründe çalışmakta olup aynı zamanda temiz içme suyu ve yakacak temini, ev işi gibi sorumlulukları da taşımaktadır. Toplumsal roller, kültürel ya da çevresel nedenler, kız çocuklarının eğitim almaları açısından da engel oluşturmaktadır. Bu engeller eğitime yeterli düzeyde katılamayan kız çocuklarının, istihdama katılma ve gelir elde etme kapasitelerini de aşağı çekmektedir.

İklim değişikliği aynı zamanda bir insani gelişme konusudur. Birleşmiş Milletler, iklim değişikliğinin insan özgürlüklerini ve seçimlerini sınırlandırarak, özellikle toplumsal cinsiyet eşitsizliğine ilişkin olumsuz etkileri üzerinde güçlü bir bağ olduğunu vurgulamaktadır (HDR,2007:30-44).

Ülkeler arasında sürdürülebilir kalkınma açısından önemli farklar olmakla beraber yakınsama da oldukça yavaştır. Avrupa Birliği Komisyonu 2024 yılı itibarıyla, yeşil ve mavi dönüşüme uygun yatırımlar için yıllık 800 milyar € düzeyinde kaynak ihtiyacına vurgu yapmıştır. Diğer taraftan küresel nüfusun yaklaşık yarısı yani yaklaşık 3,5 milyar kişi yüksek borçlu ülkelerde yaşamaktadır. (UNCTAD, 2024). Ülkelerin, kamusal gelirlerini eğitim ve sağlık alanları yerine, borç ödemek için kullanma durumunda olmaları, iklim değişikliği konusuna gereken duyarlılığı gösterememelerine de neden olmaktadır.

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve Türkiye ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından yayınlanan 2022 tarihli rapora göre, Türkiye’de yenilenebilir enerji alanında yatırımlar yapılması halinde, 2030 yılına kadar 300 binden fazla yeni iş yaratılacağı ön görülmektedir (ILO&UNDP, 2022). Bu veri de açıkça ortaya koymaktadır ki sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşabilmek için hedefe yönelik yatırımların ve düzenlemelerin yapılması önem taşımaktadır.

### **3.4. Gıda Güvenliği ve Açlık**

Beslenme, insanoğlunun ve tüm canlıların yaşamlarını sürdürebilmeleri için en temel ihtiyaçtır. Diğer taraftan yaşanan ekonomik, iklimsel ve çevresel krizler ise bu en temel ihtiyacın karşılanmasını, özellikle dezavantajlı ve yoksul kesimler için daha riskli hale getirmektedir.

Birleşmiş Milletler tarafından yayımlanan Dünyada Gıda Güvenliği ve Beslenme Durumu (SOFI) Raporu; pandemi, iklim krizi ve Ukrayna'daki savaş da dâhil olmak üzere yaşanan çatışmalar nedeniyle 2019'dan bu yana dünya genelinde 122 milyondan fazla insanın açlıkla karşı karşıya kaldığını ortaya koymaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık %30'una denk gelen 2,4 milyar insanın, gıdaya sürekli erişiminin bulunmadığı, bu grupta yer alan yaklaşık 900 milyon insanın ise şiddetli gıda güvensizliğiyle karşı karşıya olduğu belirtilmektedir.

2030 yılına ilişkin öngörüler ise 600 milyon kadar insanın halen açlıkla karşı karşıya olacağını ortaya koymaktadır.

Raporda dünyada sağlıklı beslenmeye erişim kapasitesinde de azalma olduğu, 2019'dan 2021 yılına kadar 134 milyon kişilik bir artışla, dünya nüfusunun %42'sine karşılık gelen 3,1 milyar kişinin sağlıklı beslenme için yeterli ekonomik gücü olmadığı ifade edilmiştir. 2022 Yılında beş yaş altındaki 148 milyon çocuğun (%22,3) bodur, 45 milyon çocuğun (%6,8) zayıf ve 37 milyon çocuğun (%5,6) şişman olduğuna ilişkin veriler ümit kırıcıdır. Diğer taraftan 6 aydan küçük bebeklerin yalnızca anne sütüyle beslenmesine ilişkin çalışmalar sonucunda bebeklerin %48'inin bu uygulamadan faydalandığı ve 2025 hedefine yaklaşıldığının ortaya konması da sevindirici bir gelişmedir([www.unicefturk.org](http://www.unicefturk.org)). Eşitsizlikler ekonomik ve siyasi tercihlerin sonucu olarak ortaya çıkmakta, çoğalmakta ve yeterince çözülmemektedir.

### **3.5. Teknoloji ve Dünya Barışı**

UNESCO tarafından hazırlanan Küresel Eğitim İzleme Raporu (2024), teknolojinin eşitlik ve çeşitlilik yoluyla eğitimde fırsat eşitliği için taşıdığı potansiyele dikkat çekmektedir. Düşük ve orta gelirli ülkelerde internete erişimin ve dijital cihaz sahipliğinin, uzaktan eğitim imkânlarının artmasının eğitimin kapsayıcılığı ve kalitesi için çok önemli kazanımlar olduğu ortaya konmaktadır. Ancak bu alanda var olan dijital uçurum, eğitime erişim fırsatlarını yakalayamayanlar için derinleşen bir boyuta taşınabilme riskini de barındırmaktadır. Kız çocukları, engelli öğrenciler, kırsal kesimde yaşayanlar ve etnik azınlıklara mensup öğrenciler dezavantajlı grupların başında yer almaktadır([www.unesco.org.tr](http://www.unesco.org.tr)). Teknolojinin tehdit olmaktan çıkıp, fırsata dönüşmesi için öncelikle ve özellikle dezavantajlı gruplar gözetilerek, fırsat eşitliğinin sağlanması adına önlemler alınması gerekmektedir.

Veri analizi açısından sağladığı kolaylıklar yapay zekânın eğitim, üretim, güvenlik vb. alanlarda daha yoğun biçimde kullanımına yol açmaktadır. Teknoloji yeni iş alanları, istihdam olanakları ve üreticileri için yüksek kazançlar oluştururken, bu alana dahil olamayanlar için de tehdit oluşturmaktadır. Haberleşme, bilgi, uzay teknolojileri gibi alanlarda güçlü olan ülkeler güvenlik açısından avantaja sahip olurken, bu avantaj diğer ülkeler için tehdit oluşturabilmektedir. Örneğin Rusya-Ukrayna ve Orta Doğu başta olmak üzere yaşanan uluslararası savaş ve çatışmalar, 16.SKH Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar ve 17. SKH Hedefler için Ortaklıklar amaçlarını çok da mümkün kılmamaktadır. Çok kutuplu dünyada artan tehditler, teknoloji için çok daha olumlu bir yol haritası çizilmesini ve toplumsal refaha hizmete yönelmeyi gerekli kılmaktadır.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Küresel ekonomide, gelir artışlarının kaynağı çok büyük ölçüde finansal işlemlerden kaynaklanmakta olup, artan yüksek oranlı gelirler sınırlı sayıda üst gelir gruplarında yer alan kişilerde toplanmaktadır. Bu şekilde artan gelir ile ortaya çıkan büyüme, “*iyi büyüme*” olarak kabul edilemez ve sürdürülebilir değildir.

İyi büyüme için;

- İş gücüne katılımı teşvik eden ve istihdam yaratan politikaların uygulanması,
- Refah artışının adil paylaşımına ve eşitsizliklerin azaltılmasına odaklanılması,
- Toplumsal uzlaş ve iş birliği ile beşerî gelişmenin teşvik edilmesi,
- Ulusal düzeyde kalkınmacı devlet anlayışıyla ekonomik birimlerin, kapsayıcı ve sürdürülebilir kalkınmayı temele alması,
- Uluslararası düzeyde sürdürülebilir kalkınma hedefleri gibi, son derece gerekli ve yararlı kararların alınması samimi uygulamalarla desteklenmesi,
- Tüm bu adımlarda dezavantajlı grupların ve durumların öncelikli olarak olumsuz koşullarının iyileştirilmesi sağlanmalıdır.

Refah veya sefalet, eşitlik veya eşitsizlik, adalet ya da yok oluş politik tercihlerin sonuçları olduğuna göre, karar alıcıların toplumsal refahı gözeterek samimi ve ortak uygulamaları kalkınmanın sürdürülebilirliği için temel dayanaklardır.

## KAYNAKÇA

- Abbot, G.et al(2012), *The Economics Book*, New York: Dorling Kindersly.
- Anand, N., Mishra, S., Peiris, S.J., (2013). Inclusive Growth: Measurement and Determinants, IMF Working Paper, WP.13.135.
- GEI (2024), EIGE, “Gender Equality Index 2024”, 10.12.2024 [https://eige.europa.eu/newsroom/news/gender-equality-index-2024-baby-steps-fragile-path-union-equality-mean-not-all-countries-are-feeling-benefits-equally?utm\\_source=linkedin&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=egef2024](https://eige.europa.eu/newsroom/news/gender-equality-index-2024-baby-steps-fragile-path-union-equality-mean-not-all-countries-are-feeling-benefits-equally?utm_source=linkedin&utm_medium=social&utm_campaign=egef2024)
- HDR (2007) “*Human Development Report 2007/2008*”, Director and Lead Author: Kevin Watkins, United Nations Development Programme, New York.
- Helliwell, J.F.at all,(2024) “*World Hapiness Report 2024*” [https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2024/WHR+24\\_Ch0-1.pdf](https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2024/WHR+24_Ch0-1.pdf)
- ILO, & UNDP. (2022). *Türkiye’de İklim Değişikliği ve Yeşil Ekonomi Politikalarının Sosyal ve İstihdam Etkileri*.
- IMF (2020), <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2020/11/30/how-the-rich-get-richer>
- IPCC(2023), “*Climate Change Synthesis Report*”, H.Lee and J. Romeo(eds.), Geneva, Switzerland ,pp.1-34.
- Nurkse, R. (1952). Growth in Underdeveloped Country: Some International Aspect of The Problem of Economic Development. *The American Economic Review*, 42(2). pp. 571-583.
- Nurkse, R. (1953). *Problems of Capital Formation in Underdeveloped Countries*. Oxford: Oxford University Press.
- Stoller, R. J. (1968). Sex and Gender. London: Hogarth Press
- UN (2015). *Millennium Development Goals Report*. New York.
- WB (2024), <https://www.worldbank.org/en/publication/poverty-prosperity-and-planet>
- WEF (2025) World Economic Forüm, “*Global Risks Report 2025*”, <https://www.weforum.org/püblications/globalrisks-report-2025/>
- [www.unesco.org.tr/2024-kuresel-egitim-izleme-raporu-teknoloji-egitimde-esitlik-ve-cesitliliği-nasil-sekillendiriyor](https://www.unesco.org.tr/2024-kuresel-egitim-izleme-raporu-teknoloji-egitimde-esitlik-ve-cesitliliği-nasil-sekillendiriyor)
- [www.unicefturk.org/yazi/bm-raporu-krizler-122-milyon-kisiyi-daha-acliga-sueruekledi?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=DSA&utm\\_term=&utm\\_content=text-ad&gad\\_source=1&gclid=EAIaIQobChMIn](https://www.unicefturk.org/yazi/bm-raporu-krizler-122-milyon-kisiyi-daha-acliga-sueruekledi?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=DSA&utm_term=&utm_content=text-ad&gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIn)
- Yıldız, E. (2024), Kalkınmak, Gazi Kitabevi, Ankara.